

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **DANNY PATRICIO GAMBOA OROZCO C.I. 0603973041** autor del trabajo de graduación intitulado: **"ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES TURISTICAS DE LA QUINTA SAN FRANCISCO PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL. (PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO)"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 17 de enero de 2017



Danny Patricio Gamboa Orozco

C.I. 0603973041

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Quito, 17 de Enero de 2017

Yo, Mgtr. Katalina Almeida Ferri, directora de esta disertación, certifico que el Sr. Danny Patricio Gamboa Orozco con CI 060397304-1 ha realizado con mi dirección este trabajo titulado “Análisis de las Potencialidades Turísticas de la Quinta San Francisco para el Diseño de un Producto de Turismo Rural. (Parroquia Matriz, Cantón Chambo, Provincia De Chimborazo)” de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



**Mgtr. Katalina Almeida Ferri.
CI 1707293120**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

**DISERTACION PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO EN
ECOTURISMO**

**“ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES TURISTICAS DE LA QUINTA SAN
FRANCISCO PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL.
(PARROQUIA MATRIZ, CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO)”**

AUTOR: DANNY PATRICIO GAMBOA OROZCO

DIRECTORA: KATALINA ALMEIDA FERRI.

QUITO, 2016

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi Padre y Madre (Patricio y Silvana), quienes han sabido ser un verdadero ejemplo de dedicación y amor, sin ellos nada hubiera podido lograr, mi eterno agradecimiento por día a día salir adelante y mantenernos juntos.

AGRADECIMIENTOS

A mi familia, que han sido un gran apoyo y sustento, siempre pendientes del más mínimo detalle en este trayecto de mi vida y a lo largo de ella.

A mi novia, que ha sido la mejor compañera que pude haber encontrado en el camino, mi mejor amiga, apoyo incondicional, gracias por tanto y todo.

A los docentes y administrativos de la facultad por su formación académica y humana.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
TABLA DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
ÍNDICE DE FIGURAS	xxi
RESUMEN	xxii
ABSTRACT	xxiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I:	8
EL TURISMO RURAL	8
1.1 Análisis del turismo Rural	8
1.1.1 Breve reseña histórica del turismo rural y sus orígenes	8
1.1.2 Concepto de Turismo Rural y sus características	9
1.1.3 Turismo Rural en el Ecuador	12
1.1.4 El visitante rural	14
1.1.5 Importancia del turismo rural	14
1.1.6 El producto de turismo rural	15

CAPÍTULO II:.....	17
DESCRIPCIÓN DE LA QUINTA SAN FRANCISCO	17
2.1 Descripción del espacio geográfico en el que se ubica la “Quinta San Francisco”	17
2.1.1 Físico	17
2.2 Sociocultural	19
2.3 Socioeconómica.....	20
2.4 Recursos Naturales	22
2.4.1 Paisaje natural.....	23
2.4.2 Descripción general de flora y fauna	24
2.4.2.1 Flora y especies representativas	24
2.4.2.2 Fauna y especies representativas	24
2.5 Cultural	25
2.6 Diagnóstico de las características generales y turísticas en la zona	26
2.6.1 Servicios Básicos Disponibles.....	27
2.6.1.1 Abastecimiento de agua.....	27
2.6.1.2 Energía eléctrica	27
2.6.1.3 Recolección y tratamiento de desechos	27
2.6.1.4 Sitios de abastecimiento (Tiendas, almacenes, etc.).....	28
2.6.1.5 Centros de salud, hospitales, farmacias, etc.	29
2.6.1.6 Nivel de seguridad para la población local y los turistas.	29

2.6.1.7 Estación de bomberos.....	29
2.6.1.8 Alcantarillado	30
2.6.1.9 Baños públicos.....	30
2.6.1.10 Telecomunicaciones	30
2.6.1.11 Accesibilidad (Aérea, terrestre o acuática).....	31
2.6.1.12 Desarrollo actual del transporte para el acceso dentro y fuera de la zona.....	31
2.6.1.13 Disposición y precios de terrenos o solares.....	32
2.6.1.14 Disponibilidad y costo de la mano de obra calificada y no calificada en construcciones.	32
2.6.1.15 Estructura política y administrativa en el lugar.	33
2.6.1.16 Análisis del grado de estabilidad política existente en la zona.	33
2.7 Características básicas de la población	34
2.7.1 Actividades Económicas.....	34
2.7.1.1 Agricultura.....	34
2.7.1.2 Ganadería.....	34
2.7.1.3 Industria.....	35
2.7.1.4 Turismo.....	35
2.7.2 Sociodemográfica de la población local.....	35
2.7.2.1 Pirámides de edad.....	35
2.7.2.2 Migración	36

2.7.2.3 Participación de la población local en el desarrollo turístico	37
2.7.3 Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico.	38
2.7.3.1 Organismos de financiamiento a nivel local o regional	38
2.7.3.2 Organizaciones públicas y privadas encargadas del desarrollo turístico.....	38
2.7.2.3 Existencia de algún tipo de planificación	39
2.7.4 Desarrollo actual del turismo en la zona	39
2.7.4.1 Desarrollo actual de instalaciones y servicios turísticos	39
2.7.4.2 Disponibilidad y costos de mano de obra calificada	39
2.7.4.3 Impuestos y controles estatales	40
2.7.4.4 Estacionalidad.....	40
2.7.4.5 Empresas de turismo que operan en la zona.....	40
2.7.4.6 Mercados de turismo actuales y principales mercados internos e internacionales potenciales	41
2.7.4.7 Tipo de modalidad de turismo que se practica	41
2.7.4.8 Gasto turístico promedio	41
2.7.4.9 Especificar todo tipo de turismo de desarrollo realizado o planificado en la zona	42
CAPITULO III:	43
ANALISIS FODA	43
3.1 Análisis FODA a la “Quinta San Francisco”	43

3.1.1 Identificación de Áreas ofensivas y defensivas	43
3.1.2 Matriz de relacionamiento	45
3.1.3 Definición de estrategias	45
CAPÍTULO IV:	48
ESTUDIO DE MERCADO.....	48
4.1 Estudio de mercado	48
4.1.1 Análisis de la demanda del turismo rural	48
4.1.2 Cálculo de la muestra	48
4.1.3 Diseño de la encuesta	49
4.1.4 Interpretación de los datos obtenidos	52
4.2 Definición del segmento de mercado	71
4.3 Demanda actual	74
4.3.1 Cálculo y proyección de la demanda potencial	74
4.3.2 Análisis de la oferta	76
4.3.2 Confrontación de la demanda vs Oferta	85
CAPITULO V:	87
PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO RURAL PARA LA QUINTA SAN FRANCISCO.....	87
4.1 Diseño del producto turístico.....	87
4.2 Diseño técnico del producto	87

4.2.1 Tipo de producto.....	87
4.3 Diseño de servicios turísticos	89
4.4 Creación de la base turística	96
4.5 Requerimiento de recursos	98
4.5.1 Requerimiento de recursos materiales	98
4.5.2 Requerimiento de recursos humanos	104
4.6 Evaluación económica financiera.....	104
4.6.1 Presupuesto de inversiones	104
4.6.2 Fuente de financiamiento	106
4.6.3 Proyección de costos y gastos	107
4.6.4 Proyección de ingresos	112
4.7.5 Evaluación financiera	119
4.7.5.1 Valor Actual Neto (VAN)	119
4.7.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	120
4.7.5.3 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	121
CONCLUSIONES.....	123
RECOMENDACIONES	1
BIBLIOGRAFIA	2
ANEXOS	5

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Especies representativas de la flora.....	24
Tabla 2: Especies representativas de la fauna	24
Tabla 3: Recolección y tratamiento de desechos.....	28
Tabla 4: Ejecución de Mingas	28
Tabla 5: Operadoras de transporte.....	31
Tabla 6: Servicio de transporte en camionetas	32
Tabla 7: Directiva de la Comunidad San Francisco	33
Tabla 8: Áreas Ofensivas.....	45
Tabla 9: Áreas Defensivas	45
Tabla 10: Total de visitantes.....	48
Tabla 11: Género	52
Tabla 12: Grupo de edad	53
Tabla 13: Lugar de Procedencia	53
Tabla 14: Estado Civil	56
Tabla 15: Nivel de Educación	57
Tabla 16: Organización del viaje.....	58
Tabla 17: Motivación de la visita	58
Tabla 18: Anticipación de la visita.....	59

Tabla 19: Tiempo de visita	60
Tabla 20: Compañía de visita	61
Tabla 21: Gasto Promedio	62
Tabla 22: Conocimiento sobre turismo rural	63
Tabla 23: Opciones de turismo rural	64
Tabla 24: Disposición a visitar un área rural	65
Tabla 25: Preferencia de alojamiento	66
Tabla 26: Preferencia de actividades turísticas.....	67
Tabla 27: Preferencia de alimentación	69
Tabla 28: Tipo de transporte a utilizar.....	70
Tabla 29: Demanda Proyectada.....	75
Tabla 30: Establecimientos de hospedaje	83
Tabla 31: Servicios de alimentos y bebidas.....	84
Tabla 32: Oferta.....	85
Tabla 33: Demanda Insatisfecha.....	85
Tabla 34: Actividades a realizarse.....	88
Tabla 35: Descripción del tour 1	89
Tabla 36: Descripción del tour 2	90
Tabla 37: Descripción del tour 3	91
Tabla 38: Descripción del tour 4	91

Tabla 39: Entradas	94
Tabla 40: Cremas y sopas	95
Tabla 41: Platos fuertes	95
Tabla 42: Postres	95
Tabla 43: Bebidas	96
Tabla 44: Bebidas Alcohólicas	96
Tabla 45: Áreas de la Base Turística	97
Tabla 46: Equipos de cocina.....	98
Tabla 47: Equipos	99
Tabla 48: Muebles y enseres del restaurante	100
Tabla 49: Muebles y enseres del Bar	100
Tabla 50: Muebles y enseres de la recepción	101
Tabla 51: Muebles y enseres de la administración	102
Tabla 52: Menaje del Restaurante y bar	102
Tabla 53: Menaje de hospedaje	103
Tabla 54: Requerimiento de recursos humanos.....	104
Tabla 55: Activos	105
Tabla 56: Capital de trabajo.....	106
Tabla 57: Inversión total.....	106
Tabla 58: Financiamiento	107

Tabla 59: Servicios del Bar	107
Tabla 60: Servicios de restaurante.....	108
Tabla 61: Mano de obra directa.....	108
Tabla 62: Suministros de limpieza	108
Tabla 63: Amenities	109
Tabla 64: Suministros de oficina.....	109
Tabla 65: Servicios Básicos.....	109
Tabla 66: Depreciación.....	110
Tabla 67: Amortización	110
Tabla 68: Gastos de Administración	111
Tabla 69: Amortización del préstamo	111
Tabla 70: Presupuesto de costos y gastos.....	112
Tabla 71: Ingresos por servicios de alojamiento	113
Tabla 72: Ingresos por servicios del bar.....	115
Tabla 73: Ingresos por servicios de recreación	115
Tabla 74: Ingresos por servicios de restaurante.....	116
Tabla 75: Proyección de ingresos totales	116
Tabla 76: Estado de situación inicial.....	117
Tabla 77: Estado de resultado proyectado	118
Tabla 78: Presupuesto de efectivo	118

Tabla 79: Valor de salvamento.....	119
Tabla 80: Valores de la inversión y flujo de caja	120
Tabla 81: Tasa para el cálculo del VAN.....	121
Tabla 82: Valores para el cálculo del PRI	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Promedio de edades	36
Gráfico 2: Hombres y Mujeres	36
Gráfico 3: Género	52
Gráfico 4: Grupo de edad	53
Gráfico 5: Lugar de Procedencia	54
Gráfico 6: Provincia de procedencia	55
Gráfico 7: Procedencia (Extranjeros)	55
Gráfico 8: Estado Civil	56
Gráfico 9: Nivel de Educación	57
Gráfico 10: Organización del viaje	58
Gráfico 11: Motivación de la visita	59
Gráfico 12: Anticipación de la visita	60
Gráfico 13: Tiempo de visita	61
Gráfico 14: Compañía de visita	62
Gráfico 15: Gasto Promedio	63
Gráfico 16: Conocimiento sobre turismo rural	64
Gráfico 17: Opciones de turismo rural	65
Gráfico 18: Disposición a visitar un área rural	66

Gráfico 19: Preferencia de alojamiento	67
Gráfico 20: Preferencia de actividades turísticas	68
Gráfico 21: Preferencia de alimentación	70
Gráfico 22: Tipo de transporte a utilizar	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación	17
Figura 2: Caminatas por senderos naturales	89
Figura 3: Aguas termales	90
Figura 4: Cultura del Cantón Chambo.....	91
Figura 5: Práctica de ciclismo de montaña.....	93
Figura 6: Práctica de Cabalgatas	93
Figura 7: Pesca Deportiva.....	94
Figura 8: Carpas para acampar	98

RESUMEN

La presente disertación aplica una serie de pasos y metodologías, referentes al análisis de potencialidades turísticas de un determinado sector, así mismo los pasos para desarrollar un producto de turismo rural.

Para ello se realizó el respectivo diagnostico turístico de la Quinta San Francisco, la cual se ubica en el Cantón Chambo en la provincia de Chimborazo, en donde se pudo constatar los atractivos naturales y manifestaciones culturales, además de la infraestructura actual y su función en torno al turismo, lo cual nos ayudó a determinar la oferta; así también por medio de las encuestas realizadas se pudo conocer las preferencias de los turistas en relación al turismo rural.

La presente investigación permitió conocer e identificar los principales recursos turísticos que la zona posee, su conservación, el nivel de participación de sus actores involucrados, los intereses y necesidades de los turistas en torno al turismo rural y permitió también evidenciar la falta de desarrollo turístico que se presenta en la zona, principalmente en la dificultad de adquirir documentación e información oficial.

Finalmente, los resultados nos indican que la zona posee suficiente potencialidad turística para desarrollar un producto de turismo rural acoplado acorde a las exigencias y necesidades de los visitantes demandan tanto a nivel de alojamiento, restaurant y actividades complementarias.

Palabras Clave: Potencialidad Turística, turista, oferta, producto de turismo, turismo rural.

ABSTRACT

The following dissertation applies a series of steps and methodology, referring to the analysis of tourist potentialities of a given sector, as well as the steps to develop a product of rural tourism.

For it there realized the respective tourist diagnosis of the Villa San Francisco, which is located in the Canton Chambo in Chimborazo's province, where it was possible to state the natural attractions and cultural manifestations, in addition to the current infrastructure and its role in tourism, which helped us to determine the supply, this way also by means of the realized surveys, it was possible to know the preferences of the tourists in relation to the rural tourism.

The present investigation allowed to know and to identify the main tourist resources that the zone possesses, its conservation, stakeholders' level of participation, interests and needs of the tourists concerning the rural tourism and also revealed the lack of tourism development in the area, mainly in the difficulty of acquiring documentation and official information.

Finally, the results indicate us that the zone possesses sufficient tourist potential to develop a product of rural connected tourism, according to the visitors' requirements and needs they demand so much to level of lodging, restaurant and complementary activities.

Key words: Tourist potential, tourist, offer, tourism product, rural tourism.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico ha mostrado en los últimos años un crecimiento significativo en relación con aspectos económicos, ambientales y sociales, lo cual esto ha llevado a considerar que de a poco el turismo se ha convertido en uno de los sectores más importantes en relación socioeconómico a nivel mundial, considerando que ha venido creciendo de forma ininterrumpida a una tasa media anual de 4-5% durante la segunda mitad del siglo XX (Sancho & Buhalis , 2009).

La actividad turística tanto a nivel nacional como internacional, hoy día se reconoce como la “cuarta industria” del mundo ya que gracias a su efecto multiplicador, fomenta la participación de varios sectores económicos que han posicionado al turismo en este puesto, en el 2014, el turismo generó el doble de ingresos económicos y reportó un crecimiento del 4,4% en desplazamientos a escala mundial en relación al 2013, esto se ha mantenido durante los últimos 5 años de crisis económica a nivel mundial, demostrando que el turismo es tolerante hacia la inestabilidad económica, convirtiéndose en una actividad sostenible. (UNWTO, 2015)

El Turismo, como anteriormente se mencionaba, es una actividad económica, que se produce de forma abierta y deliberada, generadora de riqueza y empleo, surge a partir de la satisfacción de diferentes necesidades tanto básicas, de ocio y entretenimiento, ligada a los desplazamientos humanos por diferentes motivaciones.

Para que la actividad turística cumpla con sus objetivos, es necesario utilizar los medios, herramientas y técnicas propias de la producción turística, que se desarrollen en completa sincronía entre sí, generando alternativas y diversas formas de realizar esta actividad, siempre preservando los recursos y bienes de la zona en la que se ejecute. (García & Grande, 2005)

El presente trabajo tiene como prioridad realizar una investigación tanto a nivel de fuentes primarias como secundarias que contribuyan con la veracidad de la información aquí presentada,

como también la aplicación de varias metodologías relacionadas al desarrollo del tema, que llevan como objetivo principal la elaboración de un análisis de potencialidades turísticas, las cuales buscan mostrar la situación actual en la que se encuentra el lugar de interés y a intervenir, además de considerar la influencia que este tendrá en la zona y su habitantes, combinado con la evaluación respectiva de sus atractivos turísticos y recursos adicionales.

Todo este análisis tiene como finalidad el desarrollo, propuesta y diseño de un producto de turismo rural, el cual esté elaborado considerando las necesidades que la demanda específica posee, tanto real como potencial, y que existe para este tipo de turismo, con la finalidad de posicionar un producto turístico alternativo.

1. Justificación

Para el desarrollo del presente trabajo se consideraron varios aspectos relacionados a la situación del turismo en el Ecuador, dentro de estos datos se tomó en cuenta el registro de llegadas de turistas extranjeros al país, reportados según el Ministerio de Turismo del Ecuador (Mintur) en el 2014, el cual muestra una estadística de los ingresos de visitantes al país, la cifra registrada fue de 1.557.006 visitantes; de acuerdo al último periodo analizado que fue el mes de Junio del 2015, se registró un ingreso de 132.015.00 visitantes lo cual marca una diferencia notoria en relación a Junio del año anterior que se registró una entrada de 129.056. 00 visitantes, con una variación porcentual de 2,3% en el período (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Por otra parte, el registro del flujo de visitantes internos muestra que el ingreso de divisas por concepto de la actividad turística el cual fue registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) muestra un incremento de 849,7 millones de dólares en el año 2011, es decir, el 35,69% más con respecto al ingreso registrado en el año 2007 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Considerando los porcentajes emitidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador en relación al tipo de actividad turística que realizan los visitantes extranjeros tanto como los internos en el país, el cual es de suma importancia al momento de determinar el objetivo principal de este trabajo.

Se pudo determinar que un aproximado de 73% de visitantes no residentes realizó actividades relacionadas con el turismo cultural, el 21% efectuó ecoturismo, el 10% hizo actividades de sol y playa y el 3,9% se inclinó por turismo de deportes y aventura, entre otros. En cambio el turista nacional mostro más interés por realizar la actividad turística relacionada con sol y playa, marcando un porcentaje de 51%, y manteniéndose en segundo lugar de interés con un 26% de participación esta la actividad cultural (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015).

Tomando en cuenta estas cifras, se puede enfatizar en la importancia que el turista extranjero y nacional le brindan a la práctica de la actividad turística cultural del Ecuador, ya que para el extranjero es la primera opción de actividad y para el nacional la segunda, esto muestra que el país como destino debe fomentar la conservación de su cultura y tradiciones, ya que estas son de interés para los visitantes en general, además de que diversifica las opciones de actividades turísticas en el país y no enfocándose solamente en el turismo de sol y playa.

Lo anteriormente descrito es base fundamental al momento de realizar este trabajo, pues se pretende demostrar la relación que el turismo cultural , tanto como el ecoturismo poseen con el turismo rural al momento de ejecutarlo, considerando también la problemática que la Quinta San Francisco posee para empezar a desarrollar la actividad turística rural, debido a que el reporte de actividad turística en la zona es considerablemente bajo, generando una desvalorización y escaso aprovechamiento de los recursos turísticos naturales, culturales y sociales que el lugar y sus alrededores posee, además de una escasa generación de políticas de desarrollo turístico por parte de los pobladores y su gobiernos local, razón por la cual nace la motivación de realizar este trabajo.

2. Planteamiento del problema

Considerando el actual desarrollo en el que el país está inmerso, bajo el enfoque principal en el sector turístico, el cual posee un crecimiento considerable, que ha generado así varias iniciativas según las modalidades turísticas para los emprendimientos y la práctica turística, las cuales han sido desarrolladas tomando en cuenta varios factores como las necesidades varias de los visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Se pretende responder a la problemática que la Quinta San Francisco posee para empezar a desarrollar la actividad turística rural, esto debido a que no se reporta alguna actividad turística consolidada y más aún legitimada en el sector, generando un desconocimiento, desvalorización, además de un mal manejo de los recursos turísticos naturales, culturales e históricos en la zona y sus alrededores, junto con esto, se evidencia una escasa generación de políticas de desarrollo turístico por parte de los pobladores y su gobierno local.

Por esta razón se pretende realizar este estudio, con la finalidad de aplicar varias técnicas de investigación para analizar y determinar las potencialidades turísticas que el lugar posee, con la finalidad de diseñar un producto turístico enfocado al desarrollo del turismo rural y así lograr convertir a la Quinta en un ejemplo para el desarrollo de la actividad turística rural en el sector, el cual busque generar un beneficio local.

Por ello; y considerando la no existencia y nula práctica del turismo en la zona, es conveniente formular la siguiente pregunta de investigación: ¿La Quinta San Francisco posee potencialidad turística para lograr diseñar un producto turístico que pueda fomentar el desarrollo del turismo rural, en relación a la situación de este tipo de turismo y su mercado?

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

- Analizar las potencialidades turísticas de la Quinta San Francisco, ubicada en la parroquia matriz, cantón Chambo, provincia de Chimborazo, para el diseño de un producto de turismo rural.

3.1.1. Objetivos Específicos

- Identificar la situación del turismo rural y cómo se desarrolla en el Ecuador.
- Elaborar un diagnóstico situacional de la Quinta San Francisco en relación a la situación actual en la que se encuentra el turismo en la zona.
- Efectuar un estudio de mercado en base a la oferta y demanda para definir el segmento correspondiente al turismo rural.

- Realizar un análisis FODA de la zona a intervenir y en la cual se va a llevar a cabo la actividad turística.
- Diseñar un producto turístico rural en función de estudios administrativo-legal, ambiental y sociocultural.

4. Hipótesis.

La potencialidad turística de la Quinta San Francisco permitirá el diseño de un producto de turismo rural.

5. Metodología.

Para el desarrollo del presente trabajo se considera aplicar técnicas de investigación bibliográfica y de campo, a nivel descriptivo, analítico y prospectivo y los objetivos se cumplirán de la siguiente manera:

- Para realizar el diagnóstico situacional de la actividad turística, el inventario de atractivos turísticos y el análisis FODA, se realizó recopilación de fuentes de información.
- En esta etapa se consideró fuentes:

Fuente primaria: En este tipo de recopilación de información se utilizó las técnicas de Observación y Entrevistas para lo cual se aplicó las siguientes herramientas: Fichas de observación y cuestionarios con preguntas semi-estructuradas.

Fuente secundaria: En este tipo de recopilación de información fue necesario utilizar medios bibliográficos y documentos de soporte técnico especializados en el área de estudio, como también fichas de recolección de datos.

- Para el estudio de mercado con la finalidad de cumplir con el objetivo se realizó lo siguiente:

Estudio de la demanda: Esta herramienta consistió en segmentar al universo de estudio tomando en cuenta las variables geográficas, psicológicas y motivacionales de los turistas por medio de

un cuestionario que se ejecutó a modo de encuesta, el cual fue tabulado, interpretado y analizado, con la finalidad de determinar el mercado objetivo y la aceptación que el producto tiene.

Estudio de la oferta: Se utilizó la metodología sugerida por el Ministerio de turismo, para identificar los principales atractivos, valorarlos y jerarquizarlos, además se consideraran los proyectos de turismo relacionados, sus características mercadotécnicas y de esta manera se identificara la competencia.

- Para el diseño del producto turístico se utilizó los siguientes métodos:

Diseño técnico del producto: Para este paso constó de 4 actividades:

1. El tipo del proyecto.
2. Los servicios turísticos.
3. Actividades turísticas.
4. Empaquetar el producto considerando los siguientes elementos:
 - Nombre del paquete.
 - Código.
 - Duración del paquete.
 - Carácter.
 - Estilo.
 - Dificultad.
 - Itinerario.
 - Precio
 - Servicios que incluirá.
 - Requerimientos
 - Observaciones.

Estudio administrativo y legal: Para el estudio administrativo se estableció un organigrama estructural, manual de funciones y procedimientos.

Para el estudio legal se consideró los estatutos determinados por el ente principal regulador de turismo en el Ecuador, el MINTUR, como también la Carta Magna del Estado Ecuatoriano.

Una vez definido los reglamentos y leyes vigentes, se definió la figura legal con la que se operará.

Estudio ambiental y socio cultural: Para cumplir con este estudio se tomó en cuenta varios aspectos relacionados a los ámbitos ambiental y socio-cultural, que son vulnerables a recibir impactos, para este estudio se utilizó la matriz de significancia la cual corresponde a una metodología modificada de la matriz de Leopold, en la cual se evalúa el medio físico, biológico y social, tomando en cuenta los criterios de Magnitud, duración, extensión y fragilidad del impacto.

CAPITULO I:

EL TURISMO RURAL

1.1 Análisis del turismo Rural

1.1.1 Breve reseña histórica del turismo rural y sus orígenes

EL desarrollo del turismo rural viene dándose principalmente en el siglo XIX, relacionado por un lado con los primeros paquetes turísticos que empiezan a ofertarse en las cadenas montañosas de Suiza y Francia, sumándose también la fuerte influencia que tuvo la apertura del Parque Nacional Yellowstone siendo este el pionero en utilizar el turismo como medio de conservación natural y admiración de la estética ambiental (Crosby, 2009).

Considerando el gran impulso que se da por la apreciación y valorización del espacio natural, se abren paso para la creación de nuevos productos que responden a un nuevo perfil de turista, más íntimamente relacionado con valores medioambientales, que busca lugares con identidad propia, en los que la cultura y sus costumbres se conserven y posean sus respectivas cualidades. Aquí aparece un tipo de turismo vinculado a las zonas rurales y a los espacios naturales, que se enfoque en un conjunto de experiencias nuevas repletas de autenticidad, libres de aglomeraciones (Viñals, 2010).

Ya a finales del siglo XX comienzan a incorporarse términos al turismo, como sostenibilidad, participación de la comunidad y turismo responsable. Consecuencia de esto en 1980 aparece el término de turismo alternativo que fomenta el respeto al medio ambiente actúa con una cantidad menor de demanda. Como parte del turismo alternativo, aparece el turismo rural, cambiando y relacionado estrechamente con el agroturismo y el ecoturismo (Boullón, 2010).

Actualmente el turismo rural es reconocido no necesariamente como un medio para el agroturismo, sino que también incluye una modalidad de vacaciones con interés principal en la naturaleza, recreación y entretenimiento, combinando un conjunto de servicios tales como el

alojamiento, actividades varias como la asistencia a festividades, deportes al aire libre, producción o compra de artesanías o productos agrícolas, etc (Crosby, 2009).

1.1.2 Concepto de Turismo Rural y sus características

El concepto de turismo rural guarda una estrecha relación con el turismo cultural, ya que guardan similitud en varios aspectos, sin embargo, es necesario fijar las características que hacen del turismo rural una práctica diferente y autónoma.

Esta modalidad de turismo es la que se efectúa en el entorno rural, se encuentra asociado con diversas actividades de riesgo. Presenta una gran demanda principalmente urbana, su oferta integra el ocio mediante actividades recreativas, de alojamiento y servicios afines.

Se aprecia gran cantidad de tipos de turismo rural o agroturismo como se le suele conocer. El agroturismo no es más que las actividades “las actividades turísticas de recepción y de hospitalidad ejercidas por el empresario agrícola a través de la comercialización de la propia base territorial, en relación y como complemento de la actividad agraria” (Lafraya, 1992, pág. 132).

La Organización Mundial del Turismo define al turismo rural, como el componente esencial del producto que se ofrece a los visitantes a través del contacto personalizado, brindando la oportunidad del disfrute del entorno físico y humano de las zonas rurales y proporcionando la posibilidad de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local (Organización Mundial del Turismo, 2002).

El turismo rural comunitario representa una etapa avanzada del ecoturismo, pues las familias y comunidades locales actúan como protagonistas del desarrollo siendo los encargados de proteger y poner en valor económico el patrimonio natural y cultural (Guereña, 2004).

Esta modalidad es una práctica turística que apoya el manejo de actividades tradicionales o el consumo de productos agrícolas, así como el turismo deportivo, en el cual se logra la práctica de nuevos deportes u otros ya conocidos, tales como el mountain bike, kayak, entre otros. (Mangano, 2005)

Debido a que el turismo rural comprende actividades turísticas que buscan desarrollarse en el ámbito rural y resultan de interés para los habitantes de las ciudades, dadas sus características diferentes al estilo usual de la vida urbana tradicional y se diferencia del resto de modalidades, es importante presentar las siguientes características expuestas por (Román & Ciccolella, 2009):

- Esta modalidad permite ser generada por actores locales, los cuales aprovechan la oportunidad de ofrecer algún producto que ellos realizan (tal es el caso de los productos agrícolas) y sumarlo un valor agregado, fomentando la comercialización de este en su propio predio.
- Posee la facilidad de involucrar la participación de las comunidades locales, fomentando sus costumbres y cultura mediante la participación del turista en sus actividades, además aventaja la práctica del turismo de naturaleza ya que en su gran mayoría el medio rural posee atractivos naturales de interés para la comunidad y para el visitante.
- A diferencia de las modalidades de turismo tradicionales, el turismo rural contribuye a la conservación de tradiciones locales, fomentando el aprovechamiento de lo autóctono, su identidad y las diarias tareas típicas de trabajo en el campo.
- No estandariza el servicio de alojamiento, ya que el visitante tiene la facilidad de hospedarse en viviendas, haciendas, fincas que se localizan en el medio rural y ofrecen una experiencia distinta a la del viaje habitual. Es importante considerar la satisfacción del cliente y para ello el alojamiento en el medio rural ha implementado un estilo mobiliario y de decoración acorde al entorno.
- Es un tipo de turismo integrador, satisface varias de las motivaciones y necesidades del visitante, principalmente en lo que a esparcimiento se refiere, puede promover la participación en caminatas por el monte o cabalgatas por los alrededores a la zona. Puede también servir a la educación, por medio de la interpretación de sus actividades en el campo, junto con la correcta información.
- Es considerada una modalidad de bajo impacto, aunque puede verse afectada por una excesiva demanda que sobrepase su límite de soporte, esto puede ocurrir cuando se encuentra muy cerca de ciudades o poblados grandes.
- Está muy ligado con las actividades agropecuarias, es requerimiento que el turista tenga una relación con este tipo de actividad, preferiblemente en la zona principal de visita.

- El equipamiento turístico promedio es bajo en relación a las modalidades masivas que necesitan de una gran demanda para funcionar aceptablemente.
- El costo de los productos y servicios del turismo rural varía su precio según el equipamiento y la calidad de prestaciones que brinden.
- Si las actividades que se desarrollan en determinada medio rural se convierten en una especialidad, diferenciándose de la demás oferta, puede convertirse en una innovación.
- Se caracteriza también por ser en su gran mayoría una modalidad de carácter familiar, tanto al nivel de sus visitantes como de los emprendedores.
- Es recomendable trabajar de manera asociativa con la finalidad de hacer uniones que fomenten el desarrollo de una oferta de productos y servicios más completa.
- Además permite al visitante conocer, compartir y aprender costumbres y tradiciones totalmente diferentes a la suya, por medio de actividades clásicas de la vida diaria del local rural, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. (Román & Ciccolella, 2009):

Para (Boullón, 2010), al momento de realizar la planificación del turismo rural para su ejecución y definición de actividades, es importante conocer ciertas condiciones que limitan a la práctica es este, por ello es importante conocer:

- Tamaño del predio: Es importante conocer la superficie en la cual se va a llevar a cabo la actividad, considerando que pueden ser predios desde 1 a 100.000 hectáreas.
- Localización del predio: Este parámetro va más allá de su ubicación geográfica, considera si está dentro de una zona productiva o ambiente natural, entre otros. Considerando también la cercanía que mantiene con las ciudades ya que estas son el emisor principal de turistas
- Forma de la propiedad: Este punto se refiere si la zona es privada, familiar, en sociedad o pertenece a una comunidad o asociación (Boullón, 2010)

Finalmente, es importante conocer algunas de las áreas características en las que la modalidad de turismo rural puede ejecutarse. Para (Boullón, 2010) se han catalogado los establecimientos según su tipo, tamaño y categoría:

- Hacienda o rancho: Establecimiento de carácter agropecuario, con fines de producción y comercialización.
- Haras: Zona para la cría de ganado equino.
- Cabañas: es un espacio determinado especialmente a la cría de caballos, adecuado a las necesidades que esta actividad requiere.
- Chacra: Zonas pequeñas donde se realiza cría de pocos animales y una producción agrícola menor.
- Granja: Es un área destinada a la crianza de algunos animales y también sirve para producir ciertos productos agrícolas para la venta directa
- Quinta: Corresponde a un espacio en el cual su quinta parte de su territorio genera producción.
- Finca: Es una zona de poca producción, dirigida al cuidado de especies agrícolas pequeñas (Boullón, 2010)

1.1.3 Turismo Rural en el Ecuador

El turismo rural en el Ecuador viene siendo considerado tema de desarrollo desde hace algún tiempo, promoviendo así la participación de entes públicos y privados, quienes de una manera u otra han tratado de formalizar esta actividad.

González (2008), que conceptualiza el turismo cultural para el Ecuador, considerando su práctica como la actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del área urbana, en donde se han adecuado instalaciones turísticas adecuadas a la zona, que suelen ser antiguas o que han sido reformados y adaptados, son dirigidos familiarmente y ofrecen un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios quienes son los promotores de un intercambio cultural, fomentando el respeto por el entorno y sus costumbres.

Por otra parte, Román y Ciccolella (2009) consideran adecuada una subdivisión del turismo rural, según las actividades que este puede abarcar y las cataloga de la siguiente manera:

- **Agroturismo:** Considerada como la actividad en donde se involucra la participación de los turistas y visitantes en los procesos productivos del campo y por el contacto con la familia de los agricultores.
- **Pesca y Caza:** Actividad que involucra la participación directa del turista, esta puede ser por recreación o por conseguir su alimento.
- **Turismo de estancias:** Es la actividad en donde la infraestructura turística, principalmente el hospedaje, juega un papel importante ya que este consiste en realizarlo dentro de casonas o albergues propios de la zona.
- **Rutas alimentarias:** Consiste en la apreciación y deguste de platos típicos de la zona, en donde su preparación lleva arraigada parte de su cultura, la cual a la vez busca ser interpretada por este medio.
- **Turismo de aventura:** Involucra las actividades al aire libre que el turista puede realizar durante su estadía en el medio rural. Dentro de las actividades más relevantes tenemos: caminatas, cabalgatas, ciclismo de montaña, observación de flora y fauna local, entre otros.
- **Turismo de salud:** Es el que se realiza, por ejemplo, en zonas termales, o en establecimientos rurales donde se realizan terapias antiestrés, equinoterapia, hipoterapia, etc.

Anteriormente dicho, el desarrollo del turismo rural en el país se ha ido desarrollando paulatinamente, siendo implementado por varios actores turísticos en diversas zonas del Ecuador, debido a que varios emprendimientos han optado por promover más la práctica de otras actividades que llevan relación con el turismo rural pero desvían la esencia misma de este que es la relación directa con la gente de la zona, no se ha considerado ejemplificarlos; sin embargo existen otros que vale nombrarlos.

Dentro de los organismos que han aportado con el desarrollo del turismo rural en el Ecuador se tienen las siguientes referencias:

- Unión de organizaciones campesinas de cotacachi.
- Asociación de turismo comunitario kushiwayra parcoloma y chilcatotora.

- Asociación de turismo comunitario ally tuta manta caguanapamba y sisid.
- Carbonería. Comunidad shayacrumi.
- Fundación grupo juvenil Salinas.
- Asociación de turismo comunitario casa cóndor.
- Asociación de guías indígenas de guargualla.
- Fundación ecuatoriana pastocalle.

1.1.4 El visitante rural

Al momento de hacer referencia al visitante rural, es preciso considerar una serie de características particulares que han hecho que este grupo de personas creen una visión alternativa de la práctica turística, como es el turismo rural.

Para Nova, Oyarzún y Szmulewicz (2012) este grupo de visitantes posee ciertas características, dentro de las más relevantes se tienen:

- El deseo de vivir una experiencia diferente a la de su cotidianidad, en zonas no muy lejanas.
- Gustan de realizar contacto con culturas diferentes, vivenciar la actividad de la zona.
- Realizan un gasto moderado a cambio de recibir un servicio turístico completo.
- En su mayoría son mujeres, acompañadas de pareja o amigos.
- Mantienen respeto por el entorno, gozan de actividades con relación en el mismo.
- Prefieren alojarse en residencias locales y por un periodo promedio de tres días.
- La mayoría son personas adultas, sobre los 30 años que poseen un nivel adquisitivo estable (Nova, Oyarzún, & Szmulewicz, 2012)

1.1.5 Importancia del turismo rural

El turismo rural es considerado como una actividad relevante debido a que su práctica fomenta una alternativa de desarrollo que, por su característica de ser vivencial, genera la participación y por consecuencia plazas de empleo a los campesinos en su propia comunidad, como también contribuye a un efecto que diversifica la oferta turística de un país, colaborando en la

conservación del patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas.

Este tipo de turismo asigna valor a los recursos locales, es decir, al patrimonio que se encuentran en manos de pequeña/os poblador/es, en su mayoría en áreas agrupados en cooperativas o comunidades.

Además, el turismo rural posibilita la capacidad de ofertar un servicio turístico al mercado partiendo de las potencialidades sencillas, como el intercambio cultural que permite dinamizar la socioeconomía de la zona, en la medida en que este se convierta en el sector que logre la redistribución equitativa de ingresos y beneficios generados entre la mayor cantidad de actores económicos locales que se vean involucrados. (Mendoza, M., Hernández, C. & Villarreal, L., 2009) (Garduño M, Guzmán H, & Zizumbo V, 2009).

1.1.6 El producto de turismo rural

Un producto es un conjunto de bienes y servicios, componentes tangibles e intangibles, que son percibidos por el turista como tal, además es lo que el consumidor puede ver, percibir y obtener bajo un determinado precio cuando se encuentra en un establecimiento turístico (Crosby, 2009).

El diseño de un producto turístico adecuado es parte fundamental al momento de buscar desarrollar determinada actividad turística, para esto es necesario conocer los aspectos que conforman este y su punto de partida.

Se debe considerar que los productos turísticos están compuestos por los llamados servicios básicos turísticos, que incluye el alojamiento, la alimentación y el transporte, principalmente; además cuenta con servicios complementarios, los cuales aportan calidad y carácter, conocido como el valor añadido, el cual marca la diferencia entre los productos (García Henche, 2005).

Al momento de hablar de un producto de turismo rural se habla de la necesidad de poseer un entorno en buen estado de conservación, tanto natural como cultural, que cuente con un servicio de alojamiento integrados, restauración basada en la gastronomía local, combinados con una correcta señalización y un buen conjunto de facilidades turísticas; considerando los siguientes elementos:

- Es necesario conocer la oferta y demanda existente para la actividad turística rural.
- Realizar un inventario de los recursos turísticos.
- Las actividades deben responder a las necesidades identificadas de la demanda y estas deben estar planificadas en torno a la oferta.
- Los atributos relacionados al turismo rural deben estar bien definidos.
- Debe poseer varios itinerarios organizados según su duración y dificultad, respondiendo a las necesidades del segmento seleccionado (García & Grande, 2005)

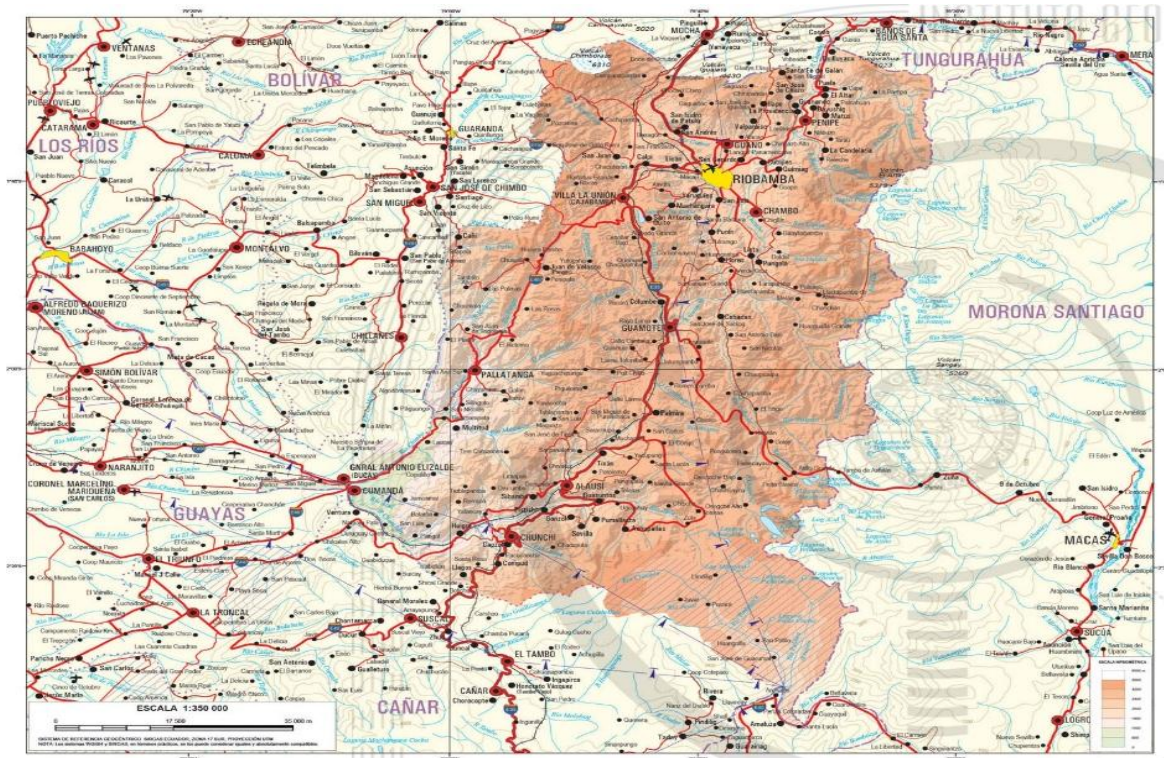
CAPÍTULO II:

DESCRIPCIÓN DE LA QUINTA SAN FRANCISCO

2.1 Descripción del espacio geográfico en el que se ubica la “Quinta San Francisco”

2.1.1 Físico

Figura 1: Ubicación



Fuente: Instituto Geográfico Militar (2012).

La Provincia de Chimborazo posee una superficie aproximada de 6487 km², la cual cuenta con los siguientes cantones según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Chimborazo (2011): Penipe, Guano, Guamote, Cumandá, Pallatanga, Riobamba, Cajabamba, Chunchi, Alausí y Chambo; este último es el de mayor interés en el presente estudio, ya que es aquí donde se ubica la comunidad rural de San Francisco, zona en la cual se ubica la Quinta San Francisco, objeto principal de estudio en esta investigación.

El Cantón Chambo es uno de los diez cantones pertenecientes a la provincia de Chimborazo, está ubicado al Noroeste de la misma, limita al norte con la quebrada de Puchulcahuán; al sur: el río Daldal, afluente del río Chambo, y las parroquias Pungalá y Licto pertenecientes al cantón Riobamba; al este: la provincia de Morona Santiago; al oeste: el río Chambo, parroquia San Luis y Licto y noreste: con el cantón Riobamba (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2015).

Dicho cantón cuenta con una superficie de 163 km², lo cual equivale al 2,5% de la superficie de la Provincia y se divide en una parroquia urbana y varias comunidades rurales. Dentro de la zona urbana se encuentra la Parroquia Matriz Chambo, la cual está organizada a nivel barrial, en donde se encuentran los barrios: El Carmen, San Juan, Cuba, Santa Rosa, El Recreo, Catequilla, Titaicún, Batán, Galtén, Rumicruz, Chugllin, Guilbud, Santa Rosa, San Jorge, Llío, San Pedro del Quinto, El Rosario y El Vergel. Por otro lado la zona rural está constituida por las comunidades: Airón, Ainche, Jesús del Gran Poder, Julquis, Ulpán, San Pedro de Llucud, San Antonio de Guayllabamba, Quintús, Guaractús y San Francisco de Chambo (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2015).

El Origen del Nombre de Chambo se conoce que fue en honor al Cacique principal; su nombre era Axamba. Cuando se dio en concesión al primer encomendero de este pueblo; en el Libro de Actas del Cabildo de Quito se dijo: “Damos en Encomienda al Capitán Don Diego de Torres los Indios del pueblo del Cacique Axamba”. En este tiempo los españoles escribían Axamba con x, y esta x pronunciaban como ch; por eso al principio decían pueblo de Achamba. Después como se creó el Curato, los religiosos escribieron en los Libros de Archivo: En el pueblo de San Juan Evangelista de Achambo. Posteriormente en el año de 1817 José Joaquín Chiriboga y Villavicencio, cura de este pueblo, en la inscripción de las partidas de los libros suprimió la A inicial y escribió solo Chambo. Entonces desde 1817 se pronuncia a viva voz o por escrito simplemente Chambo (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2015).

El cantón Chambo se ubica a 8Km de la ciudad de Riobamba, posee una población de 11.900 habitantes, tiene una superficie de 163,4 kilómetros cuadrados, su altitud va desde los 2.400 a 4.730 m.s.n.m, limita al norte, con la quebrada de Puchulcahuán; al sur, el río Daldal, afluente del río Chambo, y las parroquias Pungalá y Licto del cantón Riobamba; este, la Provincia de

Morona Santiago que se halla al otro lado de la cordillera central de los Andes; oeste, el río Chambo, parroquia San Luis y Licto; y al noroeste, con el Cantón Riobamba (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2015).

En Chambo se ubica la Comunidad de San Francisco, la cual cuenta con una superficie de 20 hectáreas, localizados a una altura aproximada de 3010 msnm y es en donde se localiza la “Quinta San Francisco”, la misma que posee una superficie de 1.640 m² y es objeto principal del presente de estudio.

2.2 Sociocultural

Para el correcto análisis con respecto al ámbito sociocultural, es importante conocer que el cantón Chambo cuenta con una población de 11.900 habitantes (según las estadísticas del Censo año 2010), los cuales, divididos según el sector urbano se encuentran 4.459 habitantes equivalente al 37,52% y en el sector rural que es en donde se encuentra la mayoría de habitantes y se cuenta con 7.426 habitantes equivalente al 62,48%. Además Chambo representa el 2,59% de la población de la provincia, con una densidad poblacional de 73 habitantes por kilómetro cuadrado (INEC, 2015).

Su población dividida en cuanto a género, presenta la particularidad de que la población mayoritaria es femenina ya que suma el 52% en la zona urbana y el 53% en la zona rural, mientras que la masculina cuenta con un 48% y 47% respectivamente; la mayoría de la población está concentrada en edades de entre 1 año a 30 años (INEC, 2015).

Con respecto a la composición étnica del Cantón está constituida principalmente por grupos étnicos mestizos, sin embargo, es importante considerar los remanentes étnicos quichuas (indígenas) que aún quedan en la zona y lamentablemente se ven seriamente afectados por los fenómenos de la aculturización y la migración a la ciudad (INEC, 2015).

La comunidad de San Francisco cuenta con un aproximado de 346 habitantes y cumple con las características poblacionales del Cantón, referente a géneros mayoritarios y edades. Además la zona se caracteriza por albergar a población de adultos mayores de grupos étnicos indígenas (INEC, 2015).

2.3 Socioeconómica

La población de Chambo se caracteriza por tener 4 actividades económicas bien marcadas y predominantes que según su rango de importancia y participación de sus pobladores han sido ordenadas de forma descendente.

De esta manera se encuentra como primera actividad económica del cantón a la Agricultura, la cual representa el principal ingreso de rubros económicos y se caracteriza por la producción y comercialización de hortalizas y legumbres, ocupando un aproximado de 616 hectáreas de cultivo, la cual registra una producción promedio anual de 2.366 toneladas métricas según los datos obtenidos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Chambo (2013), considerando también que este sector poco a poco se desarrolla y los partícipes de esto, en buena parte son agricultores que carecen de tierras, por lo que la actividad en un 51% es de tipo societario o con partidario, mientras que el 49% es propio (GAD, 2013).

Este sector brinda autoempleo en un 53% a familias y el 8% cuenta con trabajadores permanentes principalmente en haciendas o zonas con invernaderos y el restante 39% ocupa fuerza laboral eventual o labor diaria. La experiencia del trabajo en la tierra y la técnica ancestral de cultivar en el sector agrícola es heredada de generación en generación, esta es una costumbre que se ha ido devaluando con el pasar del tiempo (GAD, 2013).

La producción agrícola se caracteriza por ser variada y los productos principales que se destacan en la producción son: brócoli, coliflor, cilantro y remolacha, como también tomate riñón y fréjol; seguidos por la col y la lechuga, zanahoria y papas; choclo y arveja, cebolla paiteña; tomate de árbol y variedades de otros cereales como la quinua, cebada y trigo. Los principales mercados receptores de los productos del Cantón son Riobamba (49%) y Guayaquil (32%), como también otras provincias (19%), (GAD, 2013).

La segunda actividad económica representativa del cantón es la Ganadería, orientada principalmente a la producción y comercialización de leche y sus derivados, medio por el cual las familias obtienen ingresos quincenales. Por otro lado se presenta la producción de carne, mayoritariamente para el propio consumo.

Según el Sistema Nacional de Información (2013), las 3 comunidades rurales del Cantón que se caracterizan por la producción y comercialización de leche son: Guayllabamba que cuenta con 1.938 cabezas de ganado los cuales producen 7.342 litros de leche diaria, San Francisco con 1.165, producen 4.051 litros de leche diario y Titaycun con 1.097 y 3.348 litros de leche diarios.

La tercera actividad económica es la Industria la cual está caracterizada por la fabricación artesanal de ladrillos tanto como su comercialización, esta actividad se concentra principalmente en la elaboración de ladrillos con un porcentaje del 95% y tejas el resto del porcentaje. La principal materia prima que se utiliza para el desarrollo de esta actividad económica se tiene la tierra arcillosa, leña y aserrín. Los hornos de cocción en su gran mayoría son arrendados (Sistema Nacional de Información, 2013).

En la fabricación de ladrillos, los productores entregan a los comerciantes un 77,3% principalmente, quienes se encargan de realizar los procesos de distribución, comercialización y venta. Los ladrillos habitualmente se dirigen al mercado de ladrillos de Riobamba en un 37,8% y Ambato en un 43,2% (Sistema Nacional de Información, 2013).

La cuarta y última actividad económica que se realiza en el cantón es la actividad turística, se debe considerar que esta actividad a nivel provincial se ha desarrollado de forma ágil, involucrando la participación de varios actores tanto públicos como privados.

Dentro de las principales atracciones que se identifican en la provincia está la Reserva de producción de fauna Chimborazo, las estaciones de la ruta del tren (Filial Sur) y el Parque Nacional Sangay Zona alta.

La actividad turística es relativamente nueva en el cantón Chambo, se desarrolla aproximadamente en los últimos 12 años según el Sistema Nacional de Información (2013), de esta manera se han aprovechado algunos atractivos turísticos que tienen potencial, especialmente para los turistas regionales y nacionales; sin embargo, se evidencia la falta de nuevos emprendimientos turísticos, considerando que según el Plan de Turismo para el Buen Vivir de la Provincia de Chimborazo (2011), el cual cataloga al cantón como una zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sangay y además considera que posee un potencial de

recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados, junto con la belleza escénica y los recursos intangibles

Con respecto a la situación socioeconómica de la comunidad a la cual pertenece la Quinta San Francisco, en esta se ve reflejada claramente las cuatro actividades económicas relevantes del cantón, ya que en sus alrededores cuenta con la presencia de actividad agrícola, pecuaria, industrial y en torno a la actividad turística, se debe considerar que el complejo de aguas termales Aguallanchi, considerado atractivo natural de la zona, hasta la presente fecha concentra su posesión un grupo comunitario asociado, y sus ganancias no son retribuidas a la comunidad.

Dentro del establecimiento de la Quinta, las actividades económicas bien marcadas son dos básicamente, la agricultura, ya que se posee huertos orgánicos para el consumo de los habitantes, así como, la presencia de la actividad pecuaria, relacionada principalmente a la crianza de cuyes, ganado ovino y avícola.

2.4 Recursos Naturales

La mayoría de territorio en el cual se ubica la comunidad de San Francisco posee alturas no superiores a los 3.050 m.s.n.m. e inferiores a los 2.900 m.s.n.m. lo cual se corresponde a la formación vegetal de Bosque Siempreverde Montano Alto, caracterizado por albergar en su zona especies representativas de este ecosistema, tanto de flora tanto como de fauna (Sierra , 1999).

Según el Sistema Nacional de Información (2013), el cantón Chambo cuenta con ecosistemas comprendidos entre el Bosque Siempreverde Montano Alto (Bosque Primario Leonan de Llucud), siendo este un recurso natural que no ha sido alterado por la mano del hombre, hasta el Bosque Seco Montano Bajo. Del área total del cantón los páramos ocupan el 50% debido que son fuente principal de los recursos hídricos fundamentales para la vida y para el desarrollo del cantón.

Dentro de sus recursos naturales más representativos se tienen:

- Aguas termales de Aguallanchi: Estas se encuentran ubicadas al sureste del cantón a 7 km., de distancia del parque central, en la comunidad de San Francisco, estas aguas son de origen volcánico, ricas en minerales por lo que se las considera buenas para la salud y se localizan dentro de la zona de bosque siempre verde montano alto.
- Nevado los Cubillines y Quilimás: Se ubican al este del cantón a 13 km del parque central, es un nevado cuya cumbre es irregular, se posiciona en la cordillera oriental andina próxima al área establecida del Parque Nacional Sangay.
- El Bosque Primario de Leonán de Llucud: Ubicado al este del cantón a 9 km del parque central, en la comunidad San Pedro de Llucud cuenta con una superficie aproximada de 67 hectáreas el cual está bajo la administración de la Asociación de Productores Agrícolas de la comunidad de San Francisco de Llucud. El bosque por encontrarse por encima de los 3.000 msnm se lo puede considerar como un mirador natural. Se dice que algunas zonas del bosque aún son prístinas.
- Pajonal de Titaycun: Se encuentra en el noreste del cantón a 15 km del parque central, en la comunidad de Titaycun, para llegar a la cascada se recorre un sendero el cual está rodeado de abundante vegetación de páramo, aproximadamente se sitúa a los 3.700 msnm. en adelante.
- Lagunas de Rocon: Se encuentran a 3,5 km de la cabecera cantonal, es un sitio de interés para la población por su historia y usos, se localiza en la comunidad de Guaractus, y se conforma por dos lagunas.

2.4.1 Paisaje natural

La ubicación en la cual se encuentra la comunidad es muy privilegiada estéticamente, forma parte del callejón interandino en la cordillera oriental, además su altitud es favorable, rodea los 3000m.s.n.m. (Bosque Simpreverde Montano Alto) convirtiéndola en un punto alto, por ello se convierte en un mirador natural en donde se puede apreciar a sus alrededores, el volcán Tulabug, las formaciones montañosas de los Cubillines, también una vista panorámica de la ciudad de Riobamba y la belleza imponente del nevado Chimborazo (Sierra , 1999).

2.4.2 Descripción general de flora y fauna

La mayoría de la flora y fauna de este territorio se encuentra la formación vegetal de Bosque Siempreverde Montano Alto como ya se mencionó anteriormente, y se caracteriza por albergar en su zona especies representativas de flora tanto a nivel de plantas epifitas como arbustivas. Es importante enfatizar que esta es la última zona alta en poseer remanentes de árboles relativamente altos en donde habitan especies de fauna propias de la zona, tanto a nivel de aves, mamíferos, reptiles, anfibios e insectos (Sierra , 1999).

2.4.2.1 Flora y especies representativas

La siguiente tabla muestra las especies representativas de la flora de la zona:

Tabla 1: Especies representativas de la flora

Nombre Común	Nombre Científico
Pumamaqui	<i>Oreopanax sp</i>
Arrayán	<i>Myrcianthes sp.</i>
Cedro	<i>Cederla odorata</i>
Taxo	<i>Passiflora tarminiana</i>
Chocho de páramo	<i>Lupinus pubescens</i>
Quishuar	<i>Buddleja incana</i>
Ortiga	<i>Bohemeria sp.</i>
Polylepis	<i>Polylepis incana</i>
Capulí	<i>Muntingia calabura</i>
Chilca	<i>Baccharis latifolia</i>

Fuente: Elaboración Propia

2.4.2.2 Fauna y especies representativas

La siguiente tabla muestra las especies representativas de la fauna de la zona:

Tabla 2: Especies representativas de la fauna

Nombre Común	Nombre Científico
Chucuri	<i>Mustela frenata</i>
Zarigüeya andina de orejas blancas	<i>Didelphis pernigra</i>
Ratón orejón andino	<i>Phyllotis andium</i>

Lobo de páramo	<i>Lycalopex culpaeus</i>
Gavilán Variable	<i>Buteo polyosoma</i>
Quilico	<i>Falco sparverius</i>
Silfo Colilargo	<i>Agelaiocercus kingi</i>
<i>Rana marsupial de San Lucas</i>	<i>Gastrotheca pseustes</i>
Rana Marsupial	<i>Gastrotheca riobambae</i>
Cutín	<i>Pristimantis unistrigatus</i>

Fuente: Elaboración Propia

2.5 Cultural

El cantón Chambo en general, juntando sus dos sectores urbano y rural, comparte costumbres culturales que vienen desde la colonización y van muy arraigados a las celebraciones religiosas. Tal es así que la mayoría de manifestaciones culturales conllevan algún acto de devoción por parte de la población.

Dentro de las manifestaciones culturales que el cantón y sus alrededores poseen, se tienen las siguientes:

- La fiesta de los diablitos: Esta celebración la cual se realiza los días 27 y 28 de diciembre, consiste en un culto de carácter religioso donde con una honra en Honor al Patrono de “San Juan Evangelista” se puede observar cómo se reúnen propios y extraños con las melodías del pingullo y el tambor; y hoy día acompañados de la banda de pueblo danzan por las calles principales los Dialitos (tradición que practicaban los antiguos indígenas y hoy tomada por los habitantes del lugar).
- Jubileo de las 40 horas: Esta actividad consiste en la adoración a Jesús Sacramentado durante cuatro días, por diez horas cada uno en la Catedral Principal del Cantón. Todo esto, por medio de la celebración de la Santa Misa y por la noche el sacerdote imparte la Bendición y descanso.
- Santuario y peregrinación de nuestra señora de la fuente del Carmelo de Catequilla: Esta actividad se desarrolla al este del cantón, a una distancia de 2,7 km de la zona urbana, en el barrio Catequilla, donde se localiza este santuario, el mismo que está constituido por dos partes. En la primera se encuentran las catacumbas donde reposan los restos

humanos de algunas de las personas que aportaron para la construcción del Santuario y de algunos devotos que por voluntad propia fueron ubicados ahí. En el segundo se encuentra el santuario, donde se realizan las celebraciones religiosas frente a su majestuoso altar, donde se encuentra la piedra de dimensiones 2 metros de altura y 1.50 de ancho, en la que reposa la imagen de la Virgen del Carmen.

- Devoción y peregrinación de la Santa Cruz: Esta actividad consiste en el recorrido por las doce cruces para rezar la pasión de Cristo, compartiendo la santa misa con los devotos. Las doce cruces se encuentran en: Estación Cruzloma, Estación Barrio el Carmen, Estación Barrio la Dolorosa, Estación Llio cuatro esquinas, Estación Loma del Barrio San Juan, Estación Barrio Quintus, Estación Final del Barrio San Juan, Estación Barrio El Rosario, Estación Chugllin, Estación Esquina Sra. Bodero, Estación Ulpán al bajar a la quebrada y Estación Guayllabamba.

El cantón y su historia muestran además otras manifestaciones culturales como leyendas y cuentos que aún siguen vivos en varios pobladores que atesoran estas memorias para seguir heredándolas de generación tras generación. Dentro de las leyendas más populares se encuentran las siguientes:

- Leyenda chusa longo
- Leyenda de la loca viuda
- El duende de la Chorrera
- Identidad ancestral de los chambeños (Brujos y Brujas)
- Leyenda de lagunas de Rocón

2.6 Diagnóstico de las características generales y turísticas en la zona

Para esta sección se utilizó la metodología propuesta por Yucta (2002), quien plantea un modelo de diseño y formulación de proyectos ecoturísticos, utilizando este modelo de análisis para determinar la situación actual de una zona combinado con técnicas de observación y entrevistas. Por medio de lo cual se obtuvo la siguiente información:

2.6.1 Servicios Básicos Disponibles

2.6.1.1 Abastecimiento de agua

Correspondiente al abastecimiento del servicio de agua para la Comunidad de San Francisco, esta cuenta con tres vertientes, propias de la comunidad, Binagua, Samalpugro y Totorawaico, de las cuales se procede a captar el recurso por medio de tuberías PVC y transportarla a la comunidad para poder hacer uso de esta en los 144 domicilios que acceden al servicio.

Este recurso captado por estas tuberías deber ser de uso exclusivo para abastecimiento domiciliario, ya que para el servicio riego, fundamental para la actividad agrícola y cuidado de animales y demás actividades en el campo, el recurso se obtiene del Rio Daldal, ubicado al Sur Oeste de la comunidad y distribuida de igual manera para uso de quien contrate el servicio dentro de la misma. (Reino, P. Ficha Anexo Entrevista N°1.)

2.6.1.2 Energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica en la zona es abastecido principalmente por parte de CONELEC (Consejo Nacional de Electricidad), quien regula y brinda este servicio por medio de la ubicación de redes eléctricas, postes de alumbrado público y trasformadores, en conjunto con ello trabaja la Empresa Eléctrica Riobamba S.A. que trabajan por el abastecimiento y mantenimiento de los medios que brindan este servicio.

Al servicio de alumbrado público tiene acceso la población total y este cubre los tres sectores principales de la comunidad y al servicio de electricidad a nivel doméstico cuenta con el acceso el 75% de la comunidad, mientras un 25% no está abastecida por este servicio. (Peña, D. Ficha Anexo Entrevista N° 2).

2.6.1.3 Recolección y tratamiento de desechos

Referente al manejo de los desechos en la Comunidad, este proceso lo realiza el Gobierno Municipal, por medio de la gestión de la directiva.

Este servicio cuenta con las actividades de limpieza de la vía principal que comunica a toda la comunidad, su proceso consiste en retirar los desechos por las afueras de los domicilios, los cuales son ubicados aquí previamente por los dueños de los mismos o en su efecto los que son depositados en el contenedor comunal, ubicado en las afueras del salón comunal. Una vez recogidos los desechos, estos son trasladados hasta la cabecera cantonal para de ahí llevarlos al botadero de basura compartido con la ciudad de Riobamba.

Tabla 3: Recolección y tratamiento de desechos

DÍA DE RECOLECCIÓN	HORARIO	TIPO DE RECOLECTOR	DISPOSICION DE LOS DESECHOS
Lunes y Jueves	De 8am-1pm	Camioneta	Botadero Riobamba

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la limpieza y mantenimiento de la comunidad, dos días al mes son utilizados con la finalidad de realizar mingas en cada sector de la comunidad, en esta actividad participan la mayoría de la comunidad y su acción principal el limpiar los canales de agua, tanto de lluvia como las acequias de riego. (Yasaca, A. Ficha Anexo Entrevista N° 3).

Tabla 4: Ejecución de Mingas

DÍA DE MINGA	HORARIO	PARTICIPANTES	RESPONSABLES
2 días al mes	De 8am-5pm	Comunidad entera	Directiva/vocales.

Fuente: Elaboración Propia

2.6.1.4 Sitios de abastecimiento (Tiendas, almacenes, etc.)

Los puntos de abastecimiento dentro de la comunidad son muy sencillos y cuentan con una selección de productos un tanto austera ya que la economía en el sector no es tan dinámica para este tipo de negocio, sin embargo se ve la presencia de cinco tiendas pequeñas como puntos de abastecimientos de insumos básicos como víveres comestibles en general y papelería para estudiantes.

El punto más próximo de abastecimiento en donde se puede encontrar una gran mayoría de suministros es la cabecera cantonal, que cuenta con mini mercados y un mercado municipal el cual cuenta con 12 cubículos y 4 locales que se enfocan en la venta de frutas, legumbres, cárnicos y lácteos; este mercado abastece por el momento a la gran mayoría de pobladores de la comunidad. (Montoya, F. Ficha Anexo Entrevista N° 4).

2.6.1.5 Centros de salud, hospitales, farmacias, etc.

En cuanto a la salud, la comunidad San Francisco cuenta con un dispensario de salud el cual está dispuesto a atender casos de emergencia, vacunas y revisiones generales, además cuenta con el servicio de odontología.

Por otra parte, la cabecera cantonal cuenta con una Unidad de Salud del Buen Vivir, en donde pueden atender casos más específicos y urgentes. Los casos que requieran ser atendidos con doctores especialistas son trasladados al cantón más cercano que es Riobamba el cual cuenta con el Hospital General Docente de Riobamba y es aquí en donde se responde a emergencias y casos más delicados de salud. (Capelo, R. Ficha Anexo Entrevista N° 5).

2.6.1.6 Nivel de seguridad para la población local y los turistas.

Actualmente la comunidad depende del sistema de seguridad organizado y propio, el cual responde a una alerta comunal activada en caso de ser necesario, tanto sea a nivel de una emergencia o acto de delincuencia. Esta trabaja en conjunto con la Unidad de Policía Comunitaria de la cabecera cantonal, la cual está ubicada a 12 minutos de la comunidad, ellos son los encargados de monitorear y responder ante las emergencias o percances que a nivel del cantón en general se susciten y están enlazados con la señal del ECU 911 Riobamba. (Yasaca, M. Ficha Anexo Entrevista N° 6).

2.6.1.7 Estación de bomberos.

Actualmente la comunidad de San Francisco no cuenta con una unidad de bomberos, la organización más próxima es la propia de la comunidad, la cual está siempre dispuesta a ayudar y solucionar algún tipo de emergencia o desgracia que se encuentre dentro de su dependencia. Además, se cuenta con el apoyo del Cuerpo de Bomberos del cantón Chambo, que es una

institución de carácter civil, encargada de precautelar la integridad de los habitantes como también del cantón en general, esta enlazada con el servicio de emergencias ECU 911 Riobamba. (Yasaca, M. Ficha Anexo Entrevista N° 6).

2.6.1.8 Alcantarillado

La comunidad de San Francisco actualmente no cuenta con un sistema de alcantarillado, se prevé que en los próximos años se incorpore este servicio, según Wilson Bonifáz, Técnico en proyectos del Municipio de Chambo, se tiene previsto el desarrollo de un plan de alcantarillado, el cual se lo desarrollara según etapas y prioridades principales a responder en otras zonas hasta llegar a esta.

Se ha podido constatar que debido a la no existencia de este servicio, la población ha optado por implementar otros sistemas como canales abiertos para la distribución de agua lluvia y con respecto a la eliminación de las excretas se han implementado fosas sépticas, letrinas o a campo abierto. (Yasaca, M. Ficha Anexo Entrevista N° 6).

2.6.1.9 Baños públicos

La comunidad de San Francisco cuenta con las instalaciones correspondientes a servicios higiénicos, los cuales están ubicados, dos junto a la casa comunal, que forman parte del mismo y son de uso público y se ubican al ingreso de la comunidad y dos en la capilla, ubicada en el Sector Central. Estos están compuestos por dos letrinas y dos lavabos para uso tanto de mujeres como varones respectivamente. La comunidad misma es la responsable en el mantenimiento y cuidado de este bien. (Puma, G. Ficha Anexo Entrevista N° 7).

2.6.1.10 Telecomunicaciones

Dentro de la comunidad se cuenta principalmente con acceso a telefonía celular con total cobertura en toda la zona, tanto sea para usuarios de CNT, Claro y Movistar.

También cuenta con el servicio de telefonía pública fija, la cual es suministrada por CNT que posee un 60% de usuarios en La Matriz y 10% en la parte rural, además se cuenta con el servicio

de internet por datos y televisión por cable suministrada por los mismos o por empresas privadas. (Calderón, F. Ficha Anexo Entrevista N° 8).

2.6.1.11 Accesibilidad (Aérea, terrestre o acuática)

El acceso hacia la comunidad es adecuado, ya que se cuenta con una vía principal asfaltada que viene desde Riobamba y continua longitudinalmente atravesando el cantón Chambo y convirtiéndose en la Vía 18 de Marzo (Carlos Cuadrado), la cual llega hasta el ingreso a la comunidad con una prolongación de 7 km desde el parque central del mismo. Desde este punto se cuenta con una vía de 3er orden y senderos amplios los cuales sirven para el transporte a nivel interno de la comunidad. (Gamboa, D. Ficha de Observación N°1).

2.6.1.12 Desarrollo actual del transporte para el acceso dentro y fuera de la zona.

Actualmente toda la comunidad cuentan con vías de tercer orden, las cuales abastecen la movilidad de los habitantes de la comunidad y sus vehículos livianos y pesados, en determinadas épocas del año, especialmente la época lluviosa, es muy difícil transitar por estas vías ya que se convierten en lodazales y algunos transportes tienen inconvenientes.

El servicio de transporte para llegar a la comunidad como para trasladarse fuera de ella, es suministrado por dos cooperativas las cuales se turnan brindando el servicio de transporte cada media hora con dirección a la cabecera cantonal y los sectores que se localicen en su recorrido y cada dos horas con dirección a la ciudad de Riobamba de manera directa.

Tabla 5: Operadoras de transporte

COOPERATIVA	HORARIO	COSTO	RECORRIDO
Coop. Citransturis	15 min. antes de c/hora desde las 5am. (Lun-Dom).	0,35	Chambo-San Francisco
	C/media hora.	0,35	San Francisco-Chambo.
	C/dos horas	0,70	Riobamba/San Francisco.
Coop. Chambo	15 min. después de c/hora desde las 5am. (Lun-Dom).	0,35	Chambo-San Francisco
	C/media hora.	0,35	San Francisco-Chambo.
	C/dos horas	0,70	Riobamba/San Francisco.

Fuente: Elaboración Propia

También se cuenta con el servicio de transporte en camionetas, el cual es brindado por las cooperativas correspondientes que realizan recorridos interna y externamente del cantón.

Tabla 6: Servicio de transporte en camionetas

COOPERATIVAS	HORARIO	RUTAS	COSTO
Virgen del Carmen	5:30am-10:00pm	Chambo-San Francisco-Chambo. Chambo-Riobamba-Chambo.	\$4,00 por viaje. (Ida).
Rey de los Andes	5:30am-10:00pm	Chambo-San Francisco-Chambo. Chambo-Riobamba-Chambo.	\$4,00 por viaje. (Ida).

Fuente: Elaboración Propia

(Gamboa, D. Ficha de Observación N°1).

2.6.1.13 Disposición y precios de terrenos o solares.

La comunidad cuenta con una superficie aproximada de 20 hectáreas las cuales han sido distribuidas tanto para la producción agrícola, ganadera y residencial.

Los precios por terrenos varían según la productividad del mismo, según los datos otorgados por el secretario de la comunidad, registra que el precio por solar es de 3.700 dólares. El cual ha sido socializado con la finalidad de regular los precios. La disponibilidad de terrenos en la zona es muy escasa ya que forman parte de un legado de herencias y esto se sigue manteniéndose hasta la actualidad, se puede considerar que existe un aproximado de 3 hectáreas de terrenos a la venta. (Yasaca, A. Ficha Anexo Entrevista N° 3).

2.6.1.14 Disponibilidad y costo de la mano de obra calificada y no calificada en construcciones.

Con respecto a la disponibilidad de mano de obra calificada en relación a construcciones es escasa, debido que la mayoría de la población es ganadera, alrededor de 5% de comuneros

varones mayores de 30 años son maestros mayores, capacitados de manera general y con amplia experiencia, 60% del total de la comunidad son obreros no profesionales que se puede contratar ya que han aprendido el oficio de manera empírica (no calificada), el costo aproximado por trabajo diario rodea los 20 dólares. (Puma, G. Ficha Anexo Entrevista N° 7).

2.6.1.15 Estructura política y administrativa en el lugar.

La comunidad de San Francisco cuenta con una estructura política-administrativa responsable y organizada, constituida por:

Tabla 7: Directiva de la Comunidad San Francisco

DIRECTIVA DE LA COMUNIDAD DE SAN FRANCISCO		
CARGO	NOMBRE	APELLIDO
PRESIDENTE	Manuel	Yasaca
VICEPRESIDENTE	Toribio	Reino
SECRETARIO	Alberto	Yasaca
TESORERO	Patricia	Miranda
SINDICO	Roció	Real
VOCAL 1 (Sector Central)	Anselmo/Ubaldina	Yasaca/ Tene
VOCAL 2 (Sector La Delicia)	José/Gertrudis	Tene/Tene
VOCAL 3 (Sector el Mirador)	Rafael/Antonia	Reino/Pilco

Fuente: Elaboración Propia

(Yasaca, M. Ficha Anexo Entrevista N° 6).

2.6.1.16 Análisis del grado de estabilidad política existente en la zona.

La comunidad tiene un sistema de elecciones democrático, en el cual cada año delegan a sus representantes por voto de cada comunero, organizado por sectores.

La administración es encargada de representar a la comunidad, velar por sus intereses y fomentar las buenas relaciones internas, además de promover actividades y fomentar las reuniones de

planificación, la participación y compromiso en la realización de mingas, festividades y acontecimientos relevantes para la comunidad. (Real, R. Ficha Anexo Entrevista N° 9).

2.7 Características básicas de la población

2.7.1 Actividades Económicas

Las actividades económicas principales y relevantes que se desarrollan en la comunidad, según sus propios habitantes, se determinaron las siguientes:

2.7.1.1 Agricultura

La actividad agrícola es la segunda actividad económica que se desarrolla en esta comunidad, dentro de los principales productos agrícolas que se cosechan en la zona se tiene la producción tanto de Col, Choclo, Habas, Fréjol, Quinua, Papas (Fruit, Chola), Trigo, Cebada, Culantro, tomate de árbol, taxo, se debe considerar que las características del suelo son óptimas, la tierra es productiva y hábil para varios tipos de cultivos.

Los productos más comercializados son la papa y el choclo. Sin embargo, existe un punto negativo y es que el abandono de varias tierras y el nivel de longevidad de los dueños de los terrenos han causado la reducción de zonas destinados para esta actividad, la mayoría mantiene cultivos para uso propio o trueques. (Yasaca, M. Ficha Anexo Entrevista N° 6).

2.7.1.2 Ganadería

Esta actividad económica es la predominante en la zona, alrededor del 70% de la comunidad son potreros para el ganado ovino y bovino, ya que varios comuneros aseguran que esta actividad demanda menos gasto de energías y tiempo, además obtienen más rubros económicos al comercializar con el ganado ovino principalmente, por otro lado el ganado bovino tiene la finalidad de producción de leche y derivados, la cual es recolectada para la venta a nivel interno del cantón como también en la ciudad de Riobamba, lo cual representa un rubro económico significativo en la población. (Yasaca, M. Ficha Anexo Entrevista N° 6).

2.7.1.3 Industria

Concerniente a la actividad industrial, la comunidad posee dos tipos de actividades, la industrial con la producción de derivados de la leche como son el queso y yogurt en bajas cantidades, dentro de la comunidad existen tres Queseras, propiedad de las señoras Anita Morocho, Inés Yasaca, Teresa Yasaca, quienes se dedican a esta actividad.

También se cuenta con la actividad artesanal respecto a la elaboración de ladrillos (actividad reconocida como patrimonio cultural), la comunidad cuenta con tres personas que se dedican a esta actividad, los Señores Pedro Reino, Isidro Reino, Juan López, cada uno cuenta con su propio método y fábrica. (Morocho, A. Ficha Anexo Entrevista N° 10).

2.7.1.4 Turismo

La actividad turística en la comunidad de San Francisco, actualmente se encuentra únicamente limitada a la administración del Complejo Turístico “Aguas Termales de Aguallanchi” que es administrado por una asociación de comuneros denominados la “Josefina”.

Actualmente en la comunidad de San Francisco existe una problemática en torno al recurso turístico ya que la distribución de sus ganancias es ilegítimamente repartida y su administración es ilegal. Este recurso turístico es el de mayor potencial y el único que es aprovechado por el momento, ya en la cabecera cantonal se pueden encontrar zonas de recreación, restaurantes y demás. (Reino, P. Ficha Anexo Entrevista N°1.)

2.7.2 Sociodemográfica de la población local.

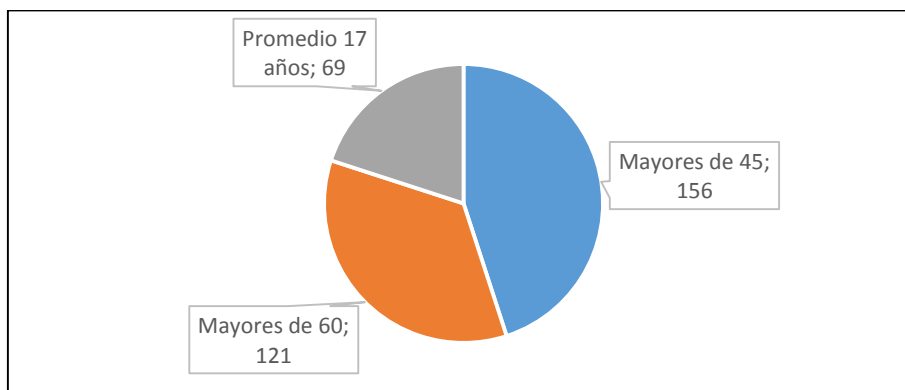
2.7.2.1 Pirámides de edad

Cantidad de personas que viven en la comunidad

La comunidad de San Francisco, según el Departamento de planificación del Municipio de Chambo, cuenta con un aproximado de 346 habitantes, datos del último registro del 2014 obtenido por los técnicos encargados y esto representa el 3,22% de la población total del cantón. Dividido en un 54% de presencia del género femenino y un 46% del género masculino, 65%

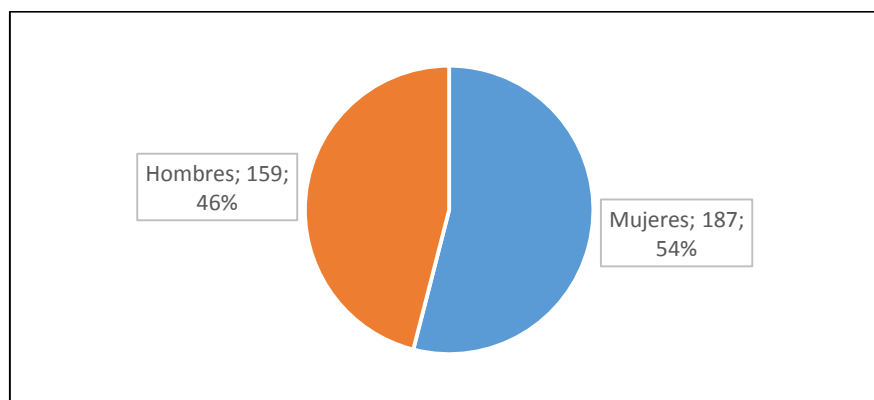
son mayores de 45 años, 35% mayores de 60 y 20% entre niños y jóvenes (promedio 17 años). (Bonifáz, W. Ficha Anexo Entrevista N°11).

Gráfico 1: Promedio de edades



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 2: Hombres y Mujeres



Fuente: Elaboración Propia

2.7.2.2 Migración

El efecto de migración a nivel de la comunidad se ve provocado principalmente por la búsqueda de empleo y la lejanía que conlleva trasladarse de ida tanto como de regreso. Las personas año tras año han ido desplazándose tanto como a la zona central del cantón como para Riobamba y Ambato. Por otra parte, se presenta la migración por razón de educación. (Bonifáz, W. Ficha Anexo Entrevista N°11).

2.7.2.3 Participación de la población local en el desarrollo turístico

- **Principales expectativas**

Los habitantes de la comunidad de San Francisco consideran que la zona en la cual está ubicada la comunidad, goza de recursos naturales y culturales que puede favorecer al desarrollo de esta actividad, siempre y cuando sea administrada con la finalidad de promover el desarrollo general. Consideran el turismo como una actividad buena y ejecutable, también esperan que las relaciones con la actual administración de las aguas termales debe mejorarse para así poder trabajar de manera conjunta y fomentar el desarrollo de todos. Esperan que nuevos proyectos aparezcan por la zona, a fin de poder involucrarse de alguna manera. (Reino, T. Ficha Anexo Entrevista N°12).

- **Sensibilización de la población local en torno al turismo**

Según la Unidad de Turismo del Cantón, la cual ha sido implementada en este año, existen varios planes de sensibilización social en torno a la actividad turística en general a nivel del cantón, con la finalidad de aumentar el conocimiento que se tiene acerca de esta actividad y los beneficios que lleva consigo.

Existe un leve interés por parte de los habitantes de la comunidad que conocen sobre la actividad turística, además muestran el interés en apoyar alguna iniciativa que fortalezca y fomente el desarrollo interno. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

- **Contribución de la población local para lograr su desarrollo**

La comunidad de San Francisco puede contribuir con su propio desarrollo, aprovechando el sistema estructural político establecido que organiza y fomenta la participación de los habitantes en actividades que sustenten el desarrollo común mediante mingas, las cuales pueden ser orientadas a mejorar la belleza escénica de la zona, además poseen varios emprendimientos agrícolas, pecuarios y ganaderos, los cuales son un potencial atractivo turístico como también su cultura. (Reino, T. Ficha Anexo Entrevista N°12).

- **Personas pueden jugar el papel de promotores o impulsores para emprender el desarrollo turístico en la zona**

Los principales actores identificados con el papel de promotores de la actividad turística en la zona son los habitantes de la comunidad, representados por su directiva o ente organizador, ya que de ellos pueden nacer emprendimientos e iniciativas que fomenten el desarrollo turístico, como también es de suma importancia la participación del Municipio con la dirección de su Unidad de Turismo y el departamento de planificación, tanto sea a nivel de asesoramiento como de iniciativas. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.3 Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico.

2.7.3.1 Organismos de financiamiento a nivel local o regional

Con respecto a los organismos de financiamiento a nivel local, en la comunidad se cuenta con una Caja Comunitaria llamada “Cooperativa de Ahorro y Crédito 4 de Octubre San Francisco”, la misma que se sustenta con el dinero de los miembros de la comunidad y sirve como apoyo económico para el desarrollo microempresarial. (Rodríguez, M. Ficha Anexo Entrevista N°14).

A nivel cantonal se cuenta con dos Cooperativas de Ahorro y Crédito CACPECO y ACCION RURAL, organismos que brindan facilidades económicas y créditos tanto de consumo, micro empresariales (Turismo) y de vivienda. (Santillán, A. Ficha Anexo Entrevista N°15).

2.7.3.2 Organizaciones públicas y privadas encargadas del desarrollo turístico

A nivel local existe una organización interna en la comunidad que es la encargada del manejo y mantenimiento del Complejo Turístico Aguas Termales de Aguallanchi y son quienes realizan la única actividad relacionada a turismo en la zona.

Además a nivel cantonal se cuenta, según la Unidad de turismo del Municipio, con agentes privados que ejecutan la actividad turística, enfocándose principalmente a brindar servicios de alimentación, hospedaje, juegos familiares y excursiones; los complejos turísticos que realizan estas actividades son: El Centro turístico “Vergel”, Complejo turístico la Pampa, Rancho Hostería Willy’s y la Quinta turística Santa Mónica. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.2.3 Existencia de algún tipo de planificación

Actualmente el Departamento de Planificación y la Unidad de Turismo del cantón Chambo no poseen una planificación turística para esta zona, aunque se debe considerar que se está empezando a desarrollar planificaciones turísticas para la zona urbana central del cantón, lo cual se prevé que sirva para que los alrededores puedan beneficiarse de manera indirecta.

Por otro lado la comunidad como tal, no posee ningún plan relacionado a la actividad turística en la zona ni a sus alrededores, sin embargo, se pone a consideración que el presente trabajo espera ser la iniciativa para esto. (Bonifáz, W. Ficha Anexo Entrevista N°11).

2.7.4 Desarrollo actual del turismo en la zona

2.7.4.1 Desarrollo actual de instalaciones y servicios turísticos

El desarrollo actual en el cual se ubica la comunidad en relación a la actividad turística es incompleto, puesto a la falta de proyectos y organización en la cual se desenvuelve esta, ha generado que las únicas instalaciones turísticas, que son las aguas termales, no posean total calidad en la oferta de un buen servicio y sus instalaciones no satisfagan determinadas necesidades.

Con respecto al desarrollo actual del cantón y su parroquia Matriz, es notoriamente superior en relación a la comunidad, ya que aquí si se desarrolla la actividad turística y se pueden encontrar servicios más completos que faciliten una pernoctación, junto con variedad de oferta alimenticia, tales como hosterías, complejos y haciendas que brindan alojamiento y servicios de restaurante, así también se cuenta con servicios de abastecimiento tales como tiendas y supermercados que poseen insumos necesarios para satisfacer varias necesidades de los habitantes como de los visitantes. (Gamboa, D. Ficha de Observación N°1).

2.7.4.2 Disponibilidad y costos de mano de obra calificada

En cuestión a la disponibilidad de mano de obra calificada en relación a la actividad turística en la zona es inexistente debido a que esta es relativamente nueva en el cantón y por tal razón los habitantes no han dado importancia alguna en especializarse en estos aspectos, sin embargo, se

pone a consideración la existencia de personas que no posee calificación profesional en sus actividades, pero pueden realizar trabajos relacionados al turismo, tales como: alimentación, guianzas, transporte, entre otros. El costo de estos trabajos puede variar según el tiempo de contrato o la labor específica a realizar.

Se debe considerar que por costumbre, las personas de esta zona por cualquier labor a realizar perciben remuneraciones que rodean los 10 dólares por día. (Reino, T. Ficha Anexo Entrevista N°12).

2.7.4.3 Impuestos y controles estatales

Los emprendimientos turísticos que actualmente se ejecutan en el cantón y los que deseen ejecutarse deben cumplir con la consolidación legal como empresa, los permisos respectivos de funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, Turismo y Ambiente y el pago anual de la patente, la cual se la cobra en el Departamento de Recaudación del Municipio.

En caso de ser proyectos de interés y desarrollo público, estos deben ser presentados al departamento de planificación para ser estudiados previa aprobación de ejercitación. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.4.4 Estacionalidad

La estacionalidad reportada en el cantón según el PDOT y los técnicos de la Unidad de Turismo van en periodos comprendidos entre los meses de Febrero y Marzo por las fiestas de Cantonización y Carnaval; y entre los meses de Julio a Agosto por motivo de la peregrinación de la Virgen de Catequilla y vacaciones estudiantiles.

Siendo estos los meses en los que más se ha reportado flujos turísticos de carácter nacional. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.4.5 Empresas de turismo que operan en la zona

Las empresas que se dedican a la ejecución de la actividad turística en la zona son de carácter privado principalmente y responden a la satisfacción de necesidades de los turistas locales como

nacionales, dentro de estas se encuentran las siguientes: El Centro Turístico “Vergel”, Complejo Turístico La Pampa, Rancho Hostería Willy’s, Quinta Turística Santa Mónica y las Aguas Termales de Aguallanchi que actualmente están bajo administración privada. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.4.6 Mercados de turismo actuales y principales mercados internos e internacionales potenciales

La unidad de turismo del municipio encargada de monitorear la actividad turística del cantón, informó según su conocimiento, que el principal mercado de turismo actual es el de visitantes nacionales que comprenden edades que rodean desde los 16 a los 40 años, resaltando principalmente su proveniencia de la ciudad de Riobamba debido a su proximidad, de Quito y Guayaquil por visitar a sus familiares.

Además informó que se desea generar un nuevo perfil de turista internacional, en base a las necesidades que este posea en relación a la nueva planificación turística que se prevé en el cantón. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.4.7 Tipo de modalidad de turismo que se practica

La práctica del turismo en el cantón es reservada en cuestión de ofertar varias alternativas o modalidades de turismo. Según la dirección de la unidad de turismo, la actual oferta del cantón se reserva al turismo familiar, turismo de excursiones (caminatas, cabalgatas, etc.), deportivo y religioso. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.4.8 Gasto turístico promedio

Para la determinación del gasto que un turista realiza durante su estancia en el cantón, se consideraron aspectos como alimentación, compra de insumos, transporte y entrada a complejos turísticos. De esta manera se determinó que el gasto promedio diario por persona es de aproximadamente 20 dólares por persona, sin considerar hospedaje.

El hospedaje no fue considerado ya que la mayoría de visitantes prefieren hospedarse en la ciudad de Riobamba o en el cantón pero en casas de familiares, por lo cual no representa un gasto definitivo. (Galeas, V. Ficha Anexo Entrevista N°13).

2.7.4.9 Especificar todo tipo de turismo de desarrollo realizado o planificado en la zona

En la actualidad y como se ha mencionado anteriormente, el desarrollo turístico en la zona es casi inexistente, no cuenta con proyectos en ejecución y tampoco planificaciones futuras. La única actividad relacionada con turismo y de tipo salud, es la administración de las aguas termales Aguallanchi, esta es realizada por el grupo de comuneros asociados llamados: La Josefina, quienes se encargan únicamente de controlar y dar mantenimiento a la zona los días de funcionamiento que va de martes a domingo en horarios de 5 a.m. a 17 p.m.

A nivel del cantón el tipo de turismo principal es el familiar y excursionismo, el cual es desarrollado por todas las empresas operantes en esta zona. (Bonifáz, W. Ficha Anexo Entrevista N°11).

CAPITULO III:

ANALISIS FODA

3.1 Análisis FODA a la “Quinta San Francisco”

3.1.1 Identificación de Áreas ofensivas y defensivas

Áreas ofensivas:

Fortalezas:

- **F1:** La Quinta San Francisco cuenta con total interés en participar de actividades turísticas.
- **F2:** Cuenta con todos los servicios básicos e infraestructura en adecuación para recibir turistas
- **F3:** La Quinta posee en sus alrededores varios atractivos turísticos de relevancia para el turismo rural.
- **F4:** El territorio en donde se ubica la Quinta es muy productivo para actividades agrícolas.
- **F5:** El entorno donde se ubica la Quinta es seguro y confiable.
- **F6:** La quinta cuenta con un nivel de accesibilidad bueno.
- **F7:** La belleza escénica que posee la Quinta es potencial atractivo.

Oportunidades:

- **O1:** Existe apoyo por parte de los actores sociales para realizar actividades turísticas.
- **O2:** No existe una competencia directa en la zona para este tipo de turismo.
- **O3:** La comunidad en donde se sitúa la Quinta, está dispuesta a participar en la operación turística.
- **O4:** Los recursos turísticos de los alrededores pueden ser muy útiles si se les ocupa dentro del producto.

- **O5:** Existe una directiva interna de la comunidad, elegida para la organización y toma de decisiones generales. (Canal de apoyo).
- **O6:** Existen emprendimientos dentro de la comunidad que pueden ser vinculados al producto turístico ya que poseen relación con este.
- **O7:** Se cuenta con apoyo financiero por parte de las Cooperativas que tienen participación en la zona.

Áreas defensivas:

Debilidades:

- **D1:** La infraestructura turística dentro de la Quinta es aún incompleta.
- **D2:** Los recursos económicos son un limitante importante para los propietarios de la Quinta.
- **D3:** Desconocimiento por parte de los propietarios con respecto a la planificación turística.

Amenazas:

- **A1:** Las facilidades turísticas no son óptimas por el sector donde se ubica la Quinta debido a la escasa planificación de actividades turísticas.
- **A2:** Desastres naturales, terremotos, incendios forestales erupciones volcánicas, etc.
- **A3:** Un cambio en las políticas públicas en relación al desarrollo turístico en determinadas zonas puede afectar al proyecto.
- **A4:** La actual relación que posee la comunidad con la administración del recurso aguas termales, puede afectar el desarrollo turístico de la Quinta ya que este recurso constituye gran importancia para el producto de turismo rural.
- **A5:** Posible desinterés por algún grupo de la comunidad puede afectar en la participación e involucramiento de esta en el proyecto.

3.1.2 Matriz de relacionamiento

Para realizar la matriz de relacionamiento se ha codificado a cada área identificada, posteriormente se calificó el grado de relación que cada una posee entre sí, evaluándolas en un rango que va de 1 a 5, siendo 1 la relación más baja y 5 la más alta.

- Áreas ofensivas:

Tabla 8: Áreas Ofensivas

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	Total
F1	5	4	5	3	4	4	3	28
F2	2	3	3	3	3	4	3	21
F3	2	4	2	5	2	3	1	19
F4	2	2	4	5	2	4	1	20
F5	2	1	3	3	4	3	1	16
F6	1	1	2	4	1	4	1	14
F7	1	2	3	4	1	2	1	14
Total	15	17	22	27	17	24	11	

Fuente: Elaboración Propia

- Áreas defensivas:

Tabla 9: Áreas Defensivas

	A1	A2	A3	A4	A5	Total
D1	5	3	2	2	1	13
D2	2	1	3	2	1	9
D3	1	2	4	3	2	12
Total	8	6	9	7	4	

Fuente: Elaboración Propia

3.1.3 Definición de estrategias

Una vez codificadas las áreas de incisión en el proyecto y calificadas, se prosiguió a evaluar cuál de ellas necesita una estrategia de mejora, según ello se propone lo siguiente:

Fortalezas:

- **F6:** Aprovechar la accesibilidad que posee la Quinta ya que se puede acceder a ella por varios medios de transporte, además es importante contribuir con esta mediante señalética adecuada.
- **F7:** Promover la belleza escénica que puede apreciarse desde la Quinta mediante una interpretación turística adecuada, que informe sobre cada punto que puede ser visualizado y su importancia natural y turística que mantiene con la zona.

Oportunidades:

- **O1:** Considerar el apoyo que existe por parte de los diferentes actores sociales involucrados en este proyecto, para fomentar su participación y nivel de involucramiento, con la finalidad de promover el desarrollo turístico en la zona.
- **O8:** Aprovechar el apoyo económico que los entes financieros brindan para desarrollar actividades y emprendimientos como el turismo, de esta manera se solucionaría el inconveniente económico que poseen los propietarios de la Quinta.

- **Áreas defensivas:**

Debilidades:

- **D2:** Considerar el apoyo que los entes financieros están dispuestos a brindar para emprendimientos, de esta manera se solventarían algunos gastos de importancia para fomentar y desarrollar la actividad turística de la Quinta.

Amenazas:

- **A2:** Planificar medidas emergentes en caso de suscitarse algún tipo de desgracia natural, poseer medidas cautelares que involucren la participación y organización de la Quinta y la comunidad.
- **A5:** Promover planes de participación e involucramiento de los miembros de la comunidad interesados en la actividad turística, para que sean ellos quienes fomenten la aparición de nuevos emprendimientos y así crezca su economía interna y se diversifique.

CAPÍTULO IV:

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Estudio de mercado

4.1.1 Análisis de la demanda del turismo rural

Con la finalidad de definir la demanda que la actividad de turismo rural puede llegar a abarcar, se consideró el estudio del número de visitantes que recibe la zona turística con mayor actividad de visitas a nivel provincial, como lo es la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (RPFCH), la cual muestra un porcentaje de visitas del 55% del total de turistas que ingresan a la provincial, según el Plan de Turismo para el Buen Vivir de la Provincia de Chimborazo (GADPCH, 2011).

Por ello se consideró identificar a esta población como universo conocido, considerando los últimos datos obtenidos referentes al total de ingresos a la RPFCH, los cuales son necesarios para el cálculo de nuestra muestra.

Tabla 10: Total de visitantes

Visitantes	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Nacionales	53.895	59.343	60.062
Extranjeros	9.605	9.279	11.169
Total	63.500	68.622	71.231

Fuente: Ministerio del Ambiente - Zonal 3 (2015).

4.1.2 Cálculo de la muestra

En base a los datos proporcionados se calculó la muestra, utilizando el método estadístico del cálculo de la muestra para poblaciones finitas con inferencia de proporciones.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2 (N - 1) + z^2 pq}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra.

N: Universo conocido. (71.231)

e^2 : Margen de error. (5%)

p: Proporción de la muestra a favor (Se supone un 80%)

q: Proporción de la muestra en contra (Resulta en 20%)

Z^2 : Nivel de Confiabilidad (95%, que en valores z equivale a 1,96)

$$n = \frac{(3,84) * ((0,16) * (71.231))}{(0,0025) * ((71.231 - 1) + (3,84) * (0,16))}$$

$$n = \frac{3,84*(11396)}{178.1+0,61}$$

$$n = \frac{43764}{178,7}$$

$$n = 245$$

4.1.3 Diseño de la encuesta

Una vez realizado el cálculo de la muestra, considerando el universo, se ha diseñado la siguiente encuesta, la cual busca conocer el público interesado en hacer uso del producto de turismo rural.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE SAN FRANCISCO/CANTÓN CHAMBO.

Estimado(a) esperamos su colaboración en esta encuesta en beneficio del desarrollo turístico de la provincia, la información por usted proporcionada es totalmente confidencial, agradecemos su ayuda.

Fecha:

1. GÉNERO ☐ (M) (F) ☐
2. EDAD – GRUPOS DE EDAD
12-17 ☐ 24-29 ☐ 41-50 ☐
18-23 ☐ 30-40 ☐ 50 a más ☐
3. LUGAR DE PROCEDENCIA
Nacional: ☐ Ciudad:
Extranjero: ☐ País de residencia:
4. ESTADO CIVIL
Soltero ☐ Unión libre ☐
Casado ☐ Divorciado ☐
Viudo ☐
5. NIVEL DE EDUCACIÓN FORMAL
Primaria ☐ Superior ☐
Secundaria ☐ Post grado ☐
6. CÓMO ORGANIZO SU VIAJE
Por su cuenta (sin internet) ☐ Especifique:
Por su cuenta (con internet) ☐ Especifique:
Por medio de agencias/operadores ☐
7. CUÁL ES SU MOTIVO DE VISITA (Escoja hasta 3 opciones)
Aventura ☐ Naturaleza ☐ Relax ☐
Recreación ☐ Negocio ☐
Conocer la cultura y tradiciones. ☐ Otros ☐
8. CON CUÁNTO TIEMPO DE ANTICIPACIÓN PLANIFICO SU VIAJE
Menos de una semana ☐ Un mes ☐
Una semana ☐ Más de un mes ☐
Dos o tres semanas ☐ No lo planifico ☐
9. QUÉ TIEMPO UTILIZA PARA SU VISITA
Medio día ☐ Dos días ☐
Un día ☐ Más de dos días ☐
10. EN COMPAÑÍA DE QUIÉN REALIZA SU VISITA Y CON CUÁNTOS
Individual ☐ Compañeros de trabajo ☐ # Otros (Especifique):
Familia ☐ # Amigos ☐
11. CUÁL ES SU GASTO PROMEDIO EN UN DÍA DE VISITA

30-60	<input type="checkbox"/>	60-100	<input type="checkbox"/>
100-150	<input type="checkbox"/>	150 o más	<input type="checkbox"/>

12. CONOCE EL TURISMO RURAL

SI ☐ NO ☐

13. SELECCIONE 4 OPCIONES QUE CONSIDERE USTED MAS RELEVANTES AL MOMENTO DE PENSAR EN EL TURISMO RURAL

- Encontrar nuevas experiencias y sensaciones diferentes, mediante la relación con el campo, la población local y sus actividades. ☐
- Infraestructura grande y lujosa para el alojamiento, la alimentación y las actividades. ☐
- Recrea el concepto de la vida en el campo. ☐
- Facilidad de hospedarse en domicilios locales adecuado para turistas. ☐
- Facilidades de practicar deportes de aventura al aire libre en zonas naturales. ☐
- Participar en actividades rurales como: agricultura, pesca, actividades de granja, etc ☐
- Visita a balnearios de aguas curativas ☐

14. ESTARÍA USTED DISPUESTO A VISITAR UN MEDIO RURAL QUE LE OFREZCA SERVICIOS TURISTICOS COMPLETOS Y ADECUADOS AL ENTORNO.

Totalmente dispuesto	<input type="checkbox"/>	Medianamente dispuesto	<input type="checkbox"/>
Poco dispuesto	<input type="checkbox"/>	Nada dispuesto	<input type="checkbox"/>

15. QUÉ TIPO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO PREFERIRÍA UTILIZAR EN CASO DE VISITAR UN MEDIO RURAL.

Hotel	<input type="checkbox"/>	Campamento (Carpas)	<input type="checkbox"/>
Hostal	<input type="checkbox"/>	Vivienda familiar adecuada para recibir turistas.	<input type="checkbox"/>
Hostería	<input type="checkbox"/>	Ninguna	<input type="checkbox"/>

16. QUÉ ACTIVIDADES TURISTICAS LE GUSTARÍA REALIZAR DURANTE SU VISITA EN EL MEDIO RURAL (Marque cinco)

Caminatas por senderos en sitios naturales	<input type="checkbox"/>	Ciclismo de Montaña	<input type="checkbox"/>
Cabalgatas	<input type="checkbox"/>	Pesca	<input type="checkbox"/>
Visita a aguas termales	<input type="checkbox"/>	Visita a fábrica artesanal de ladrillos	<input type="checkbox"/>
Relación con la población rural	<input type="checkbox"/>	Visita a cultivos orgánicos	<input type="checkbox"/>
Adquirir productos alimenticios frescos y de la zona	<input type="checkbox"/>	Participar en actividades agrícolas	<input type="checkbox"/>
Participar en la elaboración de recetas culinarias tradicionales	<input type="checkbox"/>		
Participar en la elaboración de productos lácteos.	<input type="checkbox"/>		
Participar en el cuidado y alimentación de animales propios de la zona.	<input type="checkbox"/>		

17. QUÉ TIPO DE ALIMENTACION USTED PREFERIRÍA DURANTE SU VISITA EN EL MEDIO RURAL.

Nacional	<input type="checkbox"/>	Internacional	<input type="checkbox"/>	Otro (especifique):
Vegetariana	<input type="checkbox"/>	Típica de la zona	<input type="checkbox"/>	

18. QUÉ TIPO DE TRANSPORTE LE INTERESARÍA UTILIZAR AL MOMENTO DE REALIZAR TURISMO EN EL MEDIO RURAL.

Automóvil	<input type="checkbox"/>	Camioneta	<input type="checkbox"/>	Propio:	<input type="checkbox"/>
Bus público	<input type="checkbox"/>	4X4	<input type="checkbox"/>	Otros: (especifique)	
Buseta	<input type="checkbox"/>	Bicicleta	<input type="checkbox"/>		

4.1.4 Interpretación de los datos obtenidos

Una vez realizada la encuesta y analizados los datos obtenidos por cada uno de los encuestados, se pudieron determinar las características de los turistas y su nivel de conocimiento y empatía sobre el turismo rural y sus actividades. Se obtuvo la siguiente información:

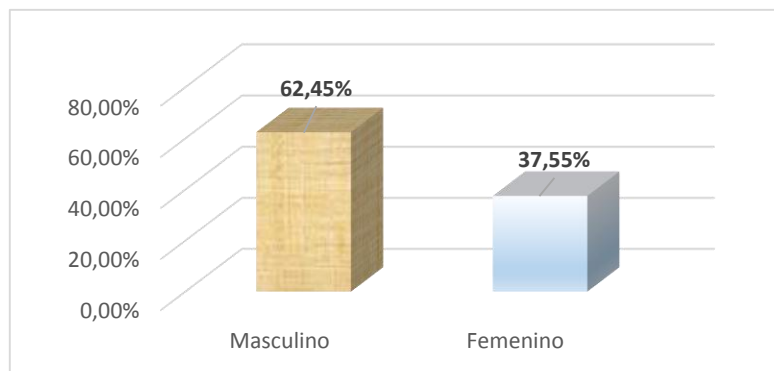
1. GÉNERO:

Tabla 11: Género

GÉNERO	Masculino	Femenino	TOTAL
Frecuencia	153	92	245
Porcentaje	62,45%	37,55%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3: Género



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: De las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Reserva Faunística Chimborazo, el 62,45% son hombres y el 37,55% son mujeres.

ANÁLISIS: La mayor cantidad de turistas son hombres, debido al esfuerzo que se debe realizar para implementar actividades de montaña.

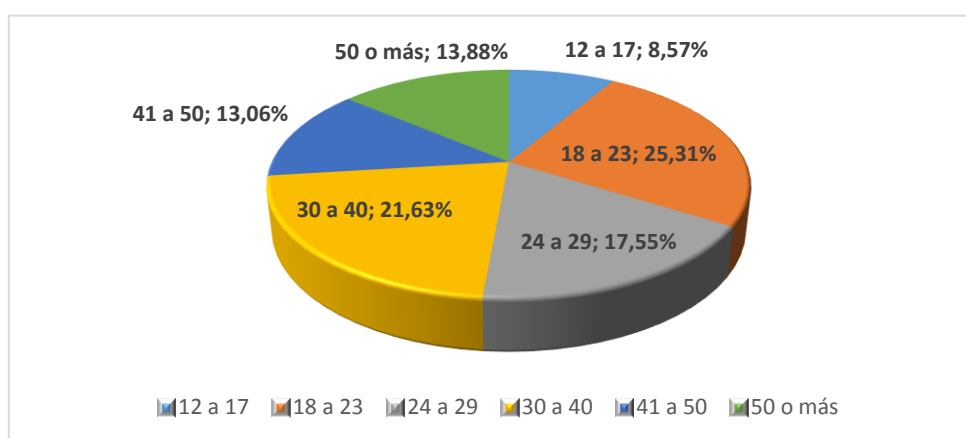
2. GRUPOS DE EDAD:

Tabla 12: Grupo de edad

RANGO/AÑOS	12 a 17	18 a 23	24 a 29	30 a 40	41 a 50	50 o más	TOTAL
Frecuencia	21	62	43	53	32	34	245
Porcentaje	8,57%	25,31%	17,55%	21,63%	13,06%	13,88%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4: Grupo de edad



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: La mayor cantidad de turistas están comprendidos en el grupo etario de 18 a 23 años, seguido del de 30 a 40 años.

ANÁLISIS: El grupo dominante en esta pregunta corresponde a las edades comprendidas entre 18 y 23 años, pertenecientes a una generación que se identifica con el conocimiento y cuidado del entorno natural, el segundo grupo corresponde a personas adultas y cabezas de familia.

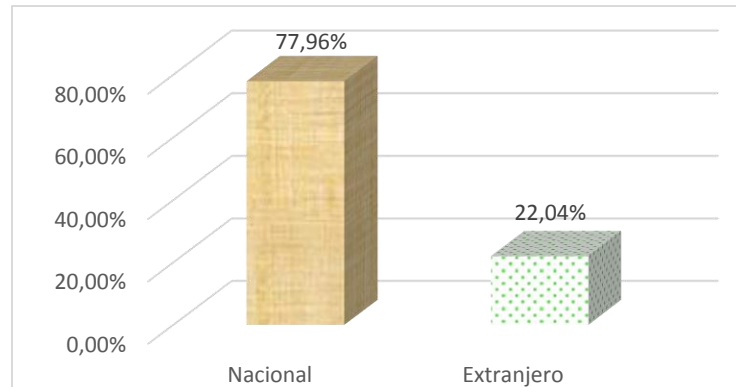
3. LUGAR DE PROCEDENCIA:

Tabla 13: Lugar de Procedencia

LUGAR DE PROCEDENCIA	Nacional	Extranjero	TOTAL
Frecuencia	191	54	245
Porcentaje	77,96%	22,04%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 5: Lugar de Procedencia

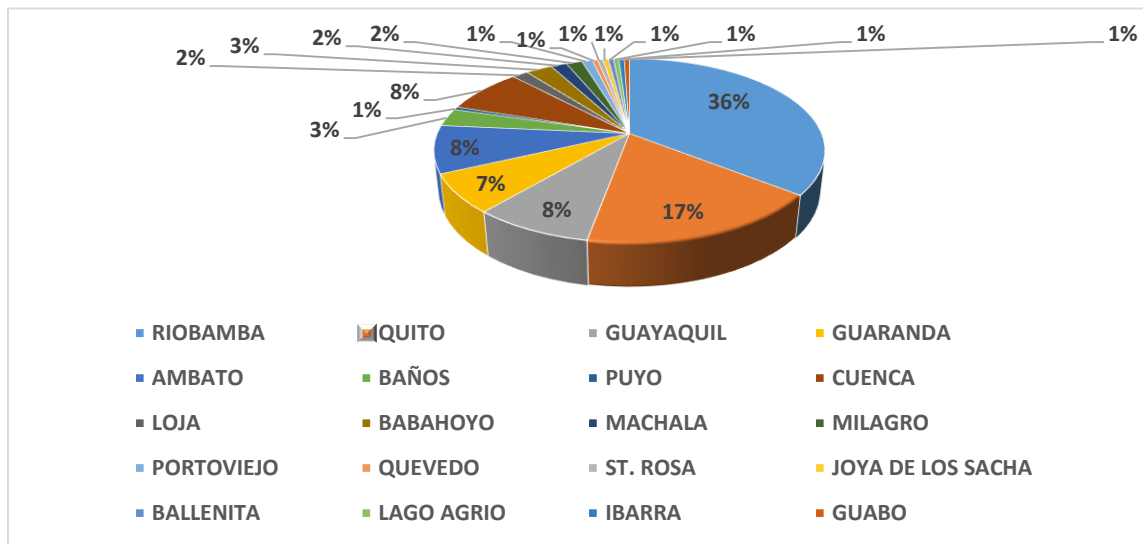


Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Del total de encuestas analizadas se determinó que el 77,96% de visitantes que ingresaron a la Reserva durante el tiempo de estudio son de procedencia nacional y un 22,04% extranjero.

ANÁLISIS: Las diferentes motivaciones, especialmente la promoción turística por parte del Estado ha llevado a crear un interés por parte de los turistas nacionales en participar en actividades contemplativas tales como las visitas a Parques y Reservas, razón por la cual son el grupo mayoritario, seguido de los visitantes extranjeros quienes de antemano cuentan con un paquete turístico organizado o la información previa disponible sobre los recursos relevantes del país.

Gráfico 6: Provincia de procedencia

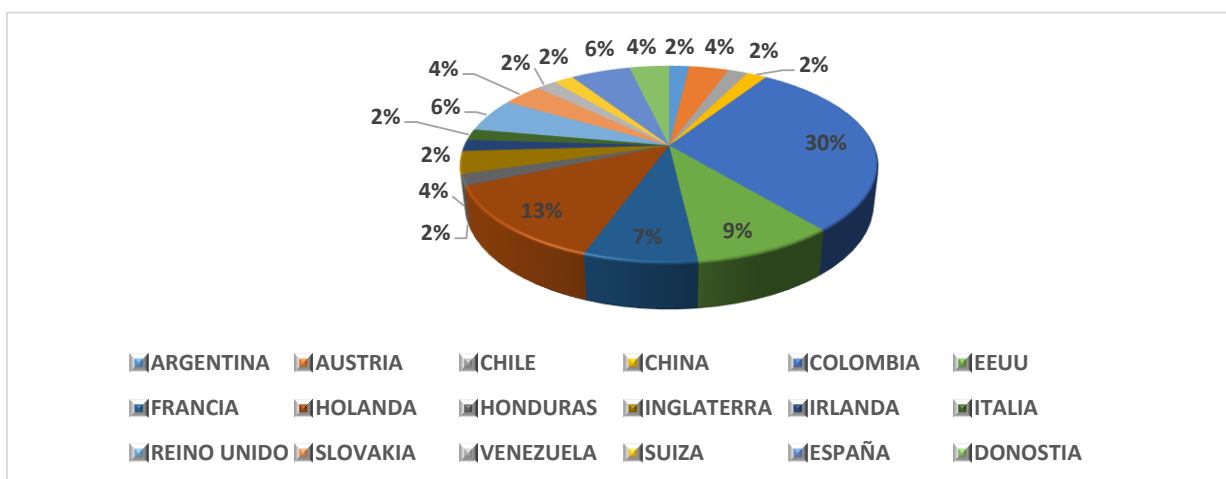


Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Correspondiente a la procedencia de los visitantes nacionales, se tiene como resultado que un 36% son provenientes de Riobamba y un 17% de Quito.

ANÁLISIS: El porcentaje apunta una superioridad de los visitantes de Riobamba, debido a que esta ciudad es el destino turístico más próximo a la Reserva.

Gráfico 7: Procedencia (Extranjeros)



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Correspondiente a la procedencia de los visitantes extranjeros, se tiene como resultado que un 30% son provenientes de Colombia y un 13% de Holanda.

ANÁLISIS: La mayor parte de visitas reportadas durante la aplicación de las encuestas corresponde a estos dos países, ya que al tratarse de una temporada navideña e inicial del año, cuentan con un periodo vacacional apto para visitar el lugar.

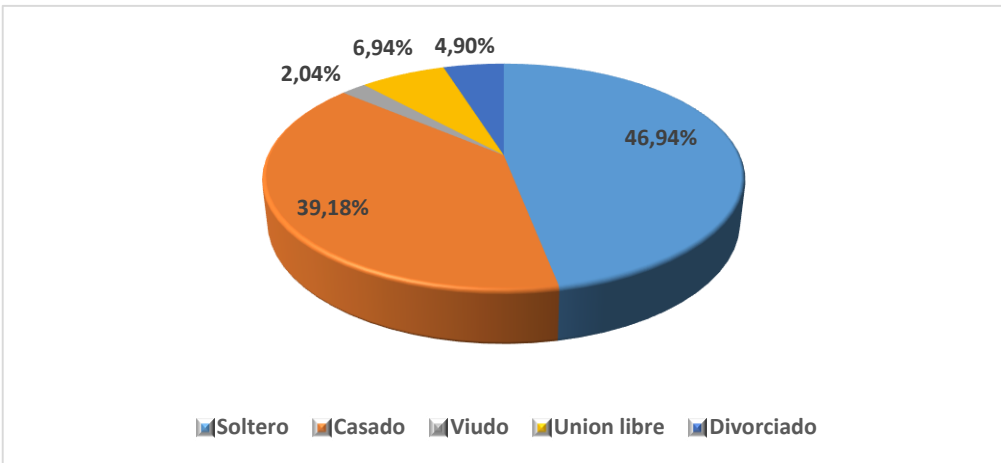
4. ESTADO CIVIL:

Tabla 14: Estado Civil

ESTADO CIVIL	Soltero	Casado	Viudo	Unión libre	Divorciado	TOTAL
Frecuencia	115	96	5	17	12	245
Porcentaje	46,94%	39,18%	2,04%	6,94%	4,90%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 8: Estado Civil



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: En la mayoría de encuestados predomina como estado civil el Soltero, con un 47,35% mientras que Casados son el 39,18%.

ANÁLISIS: El grupo de solteros predomina al momento de visitar la reserva, esto puede estar dado por el tipo de actividades que la Reserva ofrece, junto con el espíritu de descubrimiento

que los acompaña y la facilidad de organizarse con sus amigos. Por otro lado los Casados buscan compartir experiencias nuevas con su pareja y familia.

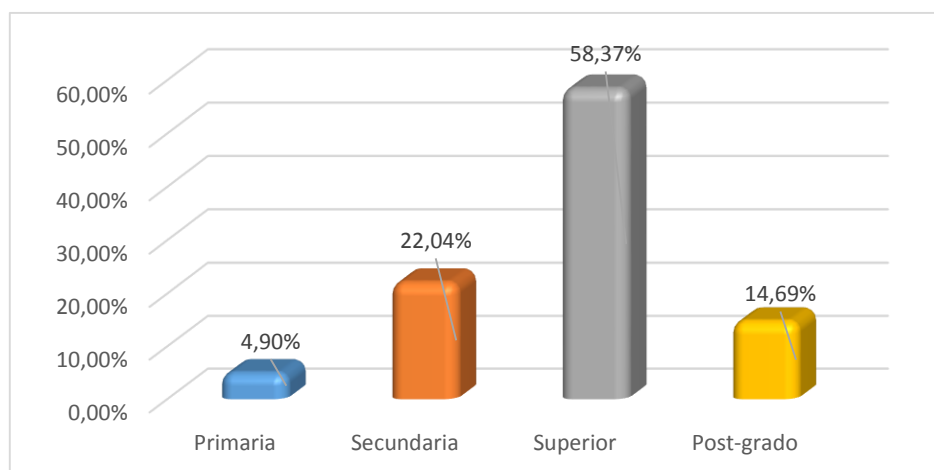
5. NIVEL DE EDUCACION FORMAL:

Tabla 15: Nivel de Educación

NIVEL DE EDUCACION FORMAL	Primaria	Secundaria	Superior	Post-grado	TOTAL
Frecuencia	12	54	143	36	245
Porcentaje	4,90%	22,04%	58,37%	14,69%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 9: Nivel de Educación



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: El nivel de educación predominante en los encuestados es de Superior con un 58,37%.

ANÁLISIS: La mayoría de los visitantes poseen o cursan un nivel universitario, esto facilita el acceso a información, lo cual es fundamental para sentirse atraído a este atractivo turístico y también la facilidad de organizarse para viajar considerando su tiempo libre.

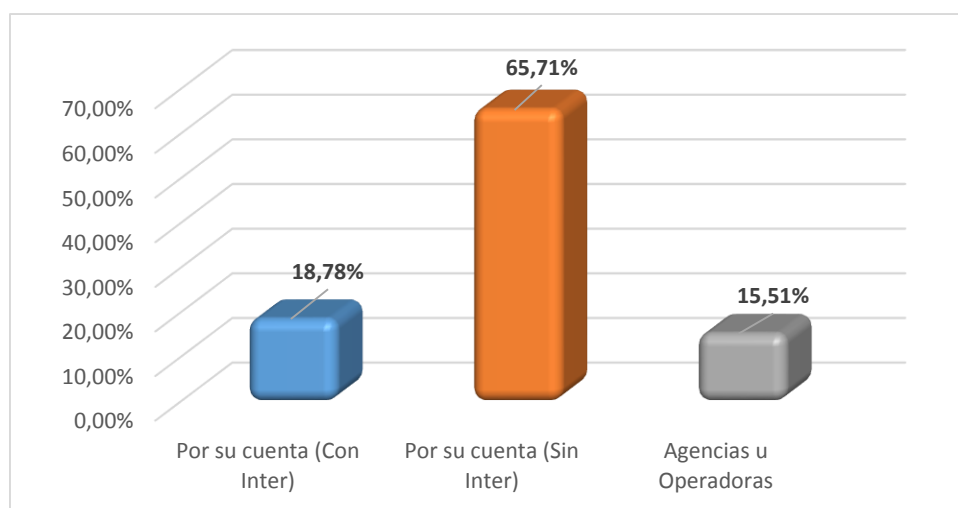
6. ORGANIZACIÓN DE SU VIAJE:

Tabla 16: Organización del viaje

COMO ORGANIZO SU VIAJE	Por su cuenta (Con Inter)	Por su cuenta (Sin Inter)	Agencias u Operadoras	TOTAL
Frecuencia	46	161	38	245
Porcentaje	18,78%	65,71%	15,51%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 10: Organización del viaje



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: La mayoría de visitantes no dispuso de un recurso informático como el internet, considerando que un 65,71% organizó su viaje por su cuenta y sin el uso de este medio.

ANÁLISIS: Tomando en cuenta que los visitantes no usan el internet como medio para organizar su viaje, se determinó que existe un canal adicional de información, como es el "Boca a Boca" ya que la mayoría llega a este lugar motivado por las experiencias compartidas de familiares o amigos cercanos.

7. MOTIVO DE VISITA:

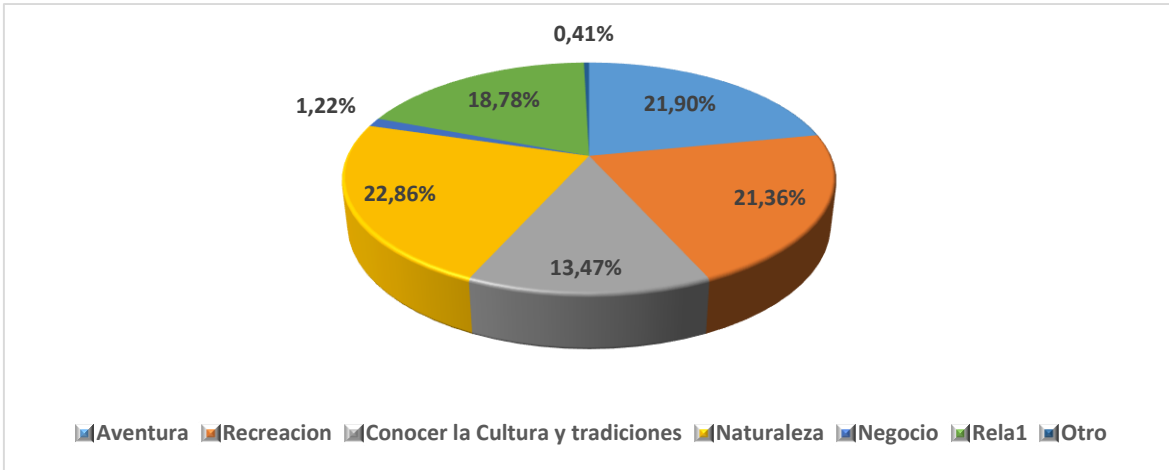
Tabla 17: Motivación de la visita

MOTIVACION DE LA VISITA	Aventura	Recreación	Conocer la Cultura y tradiciones	Naturaleza	Negocio	Relax	Otro	TOTAL
Frecuencia	161	157	99	168	9	138	3	735

Porcentaje	21,90%	21,36%	13,47%	22,86%	1,22%	18,78%	0,41%	100,00%
-------------------	---------------	---------------	--------	---------------	-------	--------	-------	---------

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 11: Motivación de la visita



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Las tres motivaciones seleccionadas por la mayoría de encuestados determinó que un 22,86% prefiere la naturaleza, 21,90% aventura y 21,36% recreación.

ANÁLISIS: Los visitantes que han respondido a la encuesta afirman sentirse motivados por conocer la naturaleza y disfrutar de ella, vivir una aventura nueva y recrearse por medio de las actividades que este atractivo ofrece a fin de salir de sus actividades cotidianas.

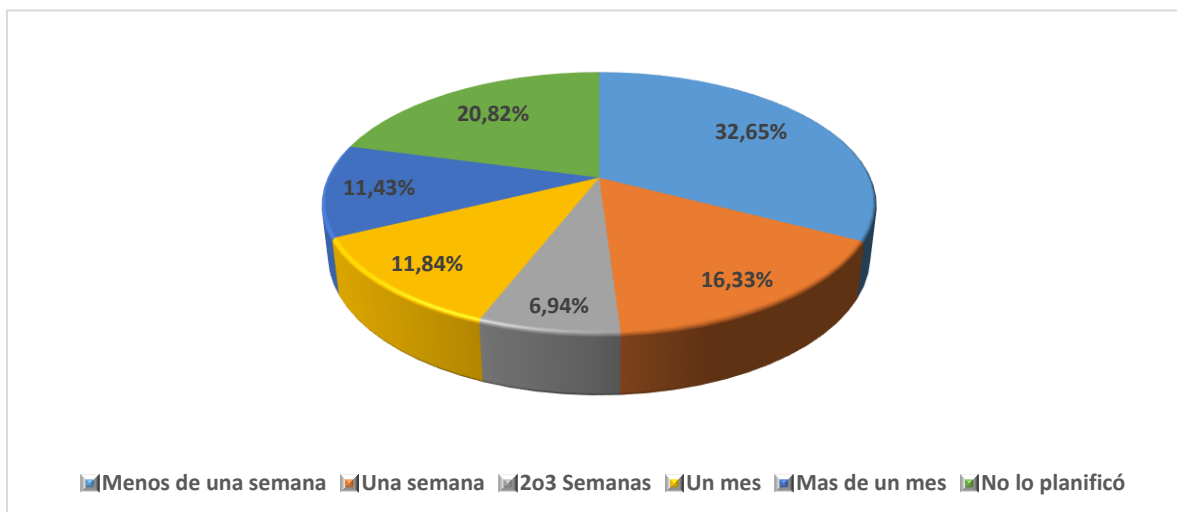
8. TIEMPO DE ANTICIPACIÓN QUE PLANIFICÓ SU VIAJE:

Tabla 18: Anticipación de la visita

ANTICIPACIÓN DE LA VISITA	Menos de una semana	Una semana	2 o 3 Semanas	Un mes	Más de un mes	No lo planificó	TOTAL
Frecuencia	80	40	17	29	28	51	245
Porcentaje	32,65%	16,33%	6,94%	11,84%	11,43%	20,82%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 12: Anticipación de la visita



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Los visitantes determinaron que el tiempo que utilizan para organizar su visita es menor a una semana, correspondiente al 32,65%, contra un 20,82% responde no haberlo planificado.

ANÁLISIS: Debido a la accesibilidad óptima con la que cuenta este atractivo, el periodo de atención, las actividades a realizarse, combinado con las vías que conectan las tres provincias que rodean esta reserva, ha hecho que la mayoría de visitantes tomen poco tiempo al organizar su viaje a este atractivo ya que no demanda mucho tiempo llegar a él considerando la lejanía a otros atractivos. Quienes sí usan más tiempo para organizar el viaje, son los visitantes extranjeros, que según su proximidad al país usan diferentes tiempos.

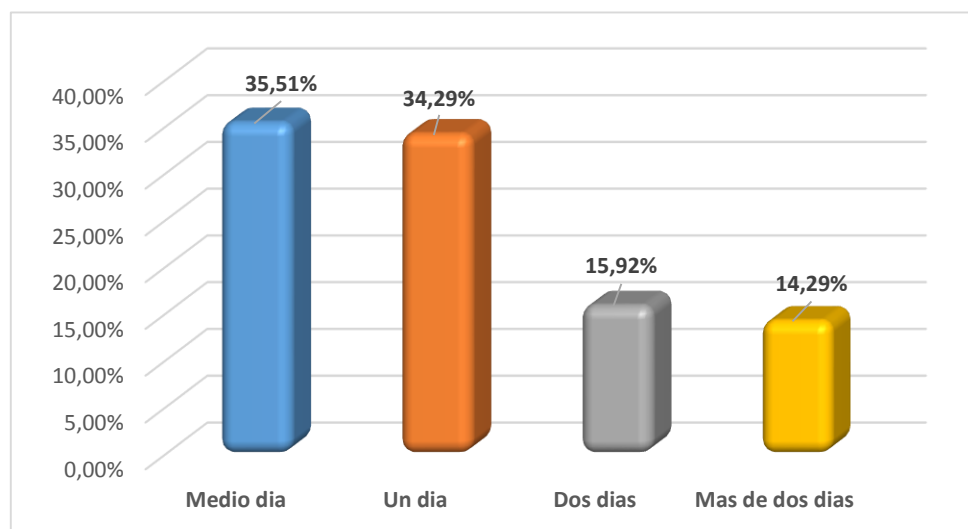
9. TIEMPO QUE UTILIZA PARA SU VISITA:

Tabla 19: Tiempo de visita

QUÉ TIEMPO UTILIZA PARA SU VISITA	Medio día	Un día	Dos días	Más de dos días	TOTAL
Frecuencia	87	84	39	35	245
Porcentaje	35,51%	34,29%	15,92%	14,29%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 13: Tiempo de visita



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Según los datos proporcionados por los encuestados se determinó que el tiempo que permanecen dentro de la reserva mediante su visita es de medio día con 35,51%, seguido de 34,29% que permanece un día completo.

ANÁLISIS: Los visitantes que prefieren realizar su visita en medio día, gustan disfrutar más de la contemplación y actividades que demanden poco uso de tiempo, quienes pasan un día entero son visitantes que realizan más actividades y hacen uso mayor de las instalaciones y servicios que se ofertan.

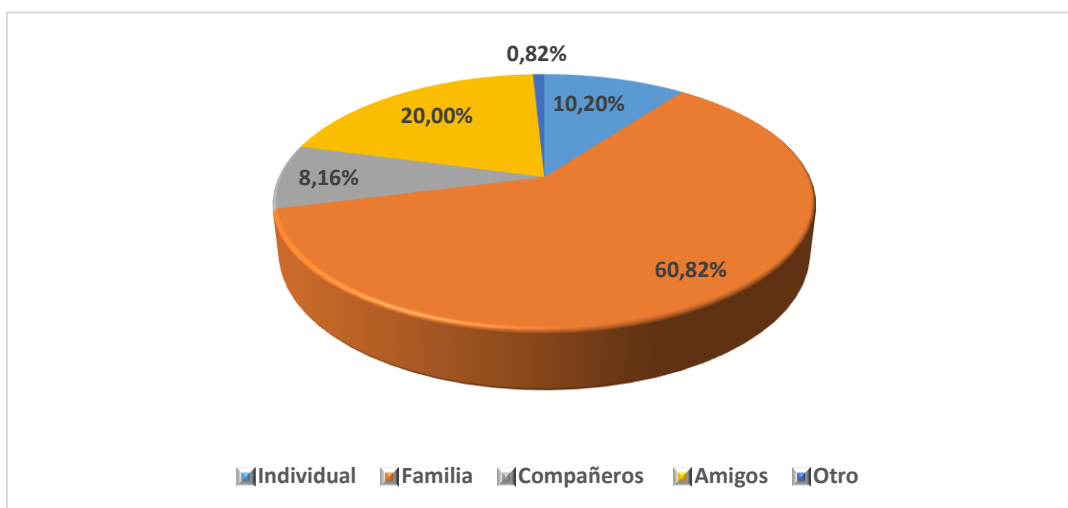
10. EN COMPAÑÍA DE QUIÉN REALIZA SU VISITA:

Tabla 20: Compañía de visita

EN COMPAÑIA DE QUIEN VISITA	Individual	Familia	Compañeros	Amigos	Otro	TOTAL
Frecuencia	25	149	20	49	2	245
Porcentaje	10,20%	60,82%	8,16%	20,00%	0,82%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 14: Compañía de visita



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Del total de visitantes analizados se obtuvo que un 60,82% prefiere viajar con sus hermanos, padres, primos, esposos, familia en general, en cambio un 20% decidió viajar en compañía de sus amigos.

ANÁLISIS: Los visitantes prefieren viajar con familiares y amigos a esta zona debido a la proximidad, tipo de actividades, facilidad de compartir experiencias diferentes y disponibilidad de tiempo además de buscar actividades que nutran sus relaciones interpersonales.

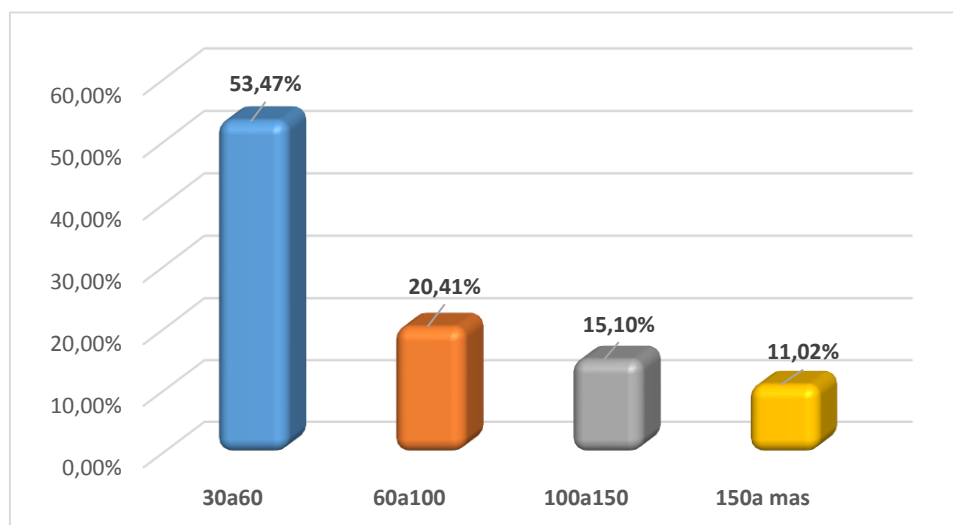
11. GASTO PROMEDIO EN UN DÍA DE VISITA:

Tabla 21: Gasto Promedio

GASTO PROMEDIO	30 a 60	60 a 100	100 a 150	150 o más	TOTAL
Frecuencia	131	50	37	27	245
Porcentaje	53,47%	20,41%	15,10%	11,02%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 15: Gasto Promedio



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: El porcentaje de 53,47% con respecto al gasto promedio de 30 a 60 dólares, es aquel que un visitante decide realizar en un día de visita aquí en la reserva.

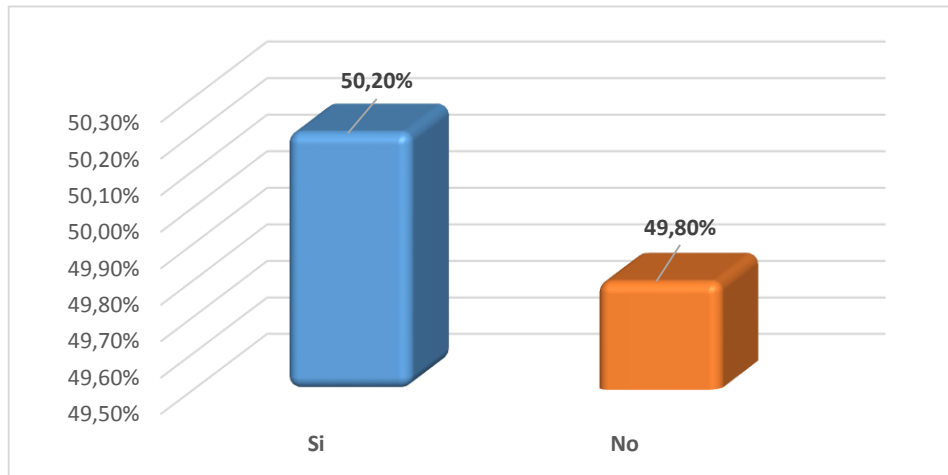
ANÁLISIS: Más de la mitad de los visitantes posee un gasto promedio que oscila entre los 30 a 60 dólares por día de visita, esto se debe a que los productos, servicios y actividades que se ofertan para la mayoría de visitantes, son contados y no demandan un gasto mayoritario.

12. CONOCE EL TURISMO RURAL:

Tabla 22: Conocimiento sobre turismo rural

CONOCE EL TURISMO RURAL	Si	No	TOTAL
Frecuencia	123	122	245
Porcentaje	50,20%	49,80%	100,00%

Gráfico 16: Conocimiento sobre turismo rural



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Del total de visitantes encuestados se determinó que el 50,20% si conoce acerca del turismo rural y un 49,80% afirman que no lo conoce.

ANÁLISIS: Los visitantes que inclinan sus respuestas hacia el sí, poseen un relativo conocimiento sobre este tipo de turismo, los servicios y las actividades que pueden encontrar en él. Quienes no conocían nada, fueron puestos a prueba en las siguientes preguntas para conocer que creen ellos que podría ser esta actividad.

13. SELECCIONE 4 OPCIONES QUE CONSIDERE USTED MAS RELEVANTES AL MOMENTO DE PENSAR EN EL TURISMO RURAL:

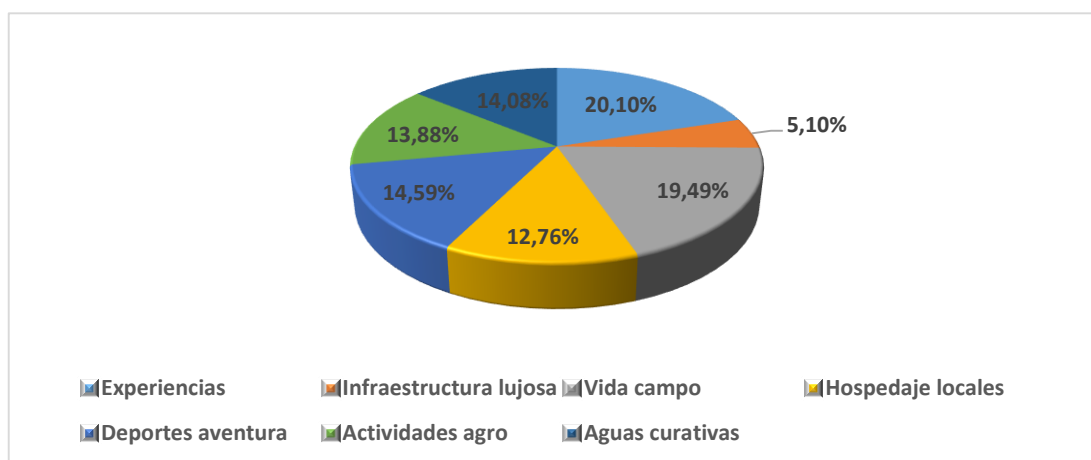
Tabla 23: Opciones de turismo rural

OPCIONES TURISMO RURAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Experiencias	197	20,10%
Infraestructura lujosa	50	5,10%
Vida campo	191	19,49%
Hospedaje locales	125	12,76%
Deportes aventura	143	14,59%
Actividades agro	136	13,88%

Aguas curativas	138	14,08%
Total	980	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 17: Opciones de turismo rural



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Al momento de escoger cuáles son las tres opciones que más relación poseen con el concepto de turismo rural, según los visitantes encuestados el 20,10% considera que es un medio para palpar nuevas experiencias, un 19,49% cree que debe recrear la vida en el campo y un 14,59% considera que debe incluir actividades al aire libre.

ANÁLISIS: Las tres opciones elegidas por los encuestados, determinaron que el turismo rural para ellos debe brindar la facilidad de encontrar nuevas experiencias y sensaciones diferentes, mediante la relación con la población local y sus actividades, además del contacto con la naturaleza y cultura de la zona, como también de recrear el concepto de la vida en el campo junto con la facilidad de practicar deportes de aventura al aire libre en zonas naturales.

14. DISPOSICIÓN A VISITAR UN MEDIO RURAL QUE LE OFREZCA SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLETOS Y ADECUADOS AL ENTORNO:

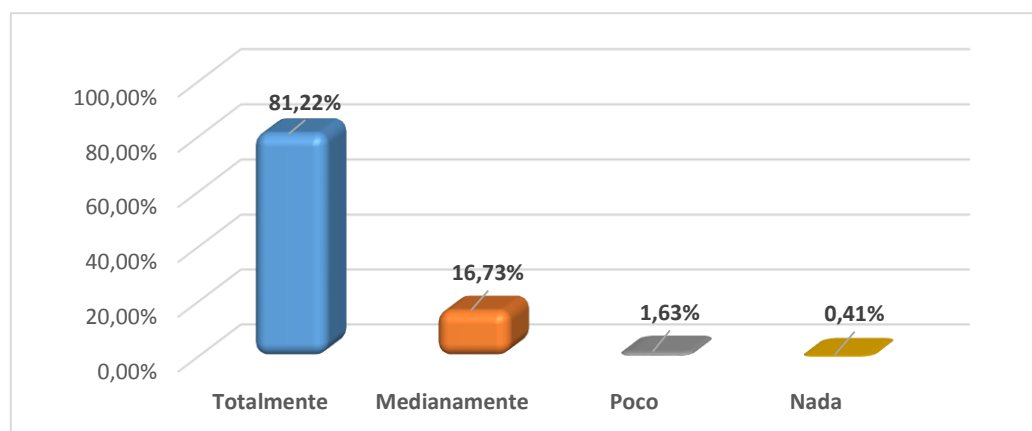
Tabla 24: Disposición a visitar un área rural

DISPUUESTO A VISITAR UN AREA RURAL	Totalmente	Medianamente	Poco	Nada	TOTAL
------------------------------------	------------	--------------	------	------	-------

Frecuencia	199	41	4	1	245
Porcentaje	81,22%	16,73%	1,63%	0,41%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 18: Disposición a visitar un área rural



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Del total de 245 encuestados, el 81,22% correspondiente a 199, muestran estar totalmente dispuestos.

ANÁLISIS: Considerando los resultados se determina que una gran cantidad de visitantes a la reserva estarían totalmente dispuestos a visitar un área rural que brinde servicios turísticos completos y adecuados según el entorno.

15. TIPO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO QUE PREFERIRÍA UTILIZAR EN CASO DE VISITAR UN MEDIO RURAL:

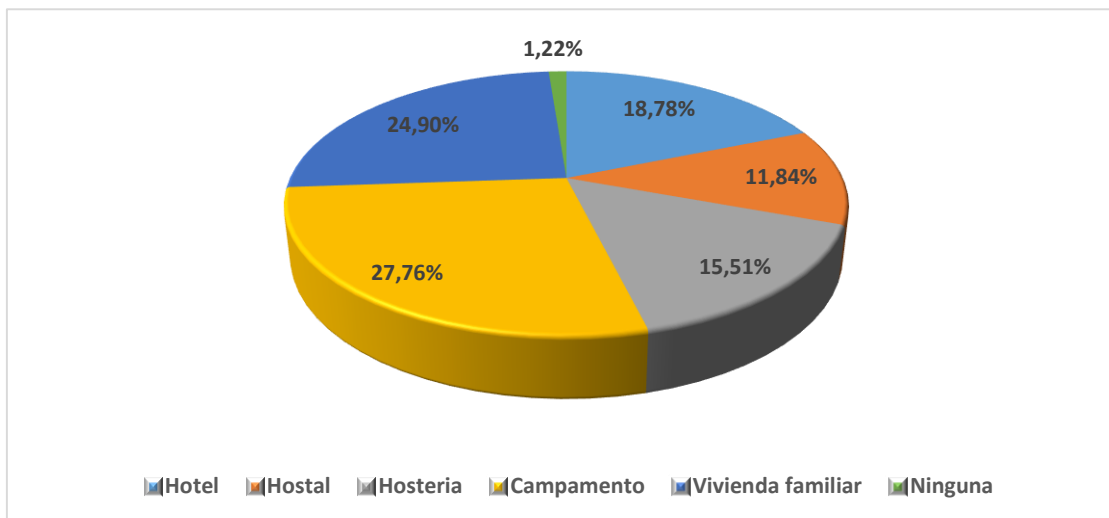
Tabla 25: Preferencia de alojamiento

SERVICIO DE ALOJAMIENTO	Hotel	Hostal	Hostería	Campamento	Vivienda familiar	Ninguna	TOTAL
-------------------------	-------	--------	----------	------------	-------------------	---------	-------

Frecuencia	46	29	38	68	61	3	245
Porcentaje	18,78%	11,84%	15,51%	27,76%	24,90%	1,22%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 19: Preferencia de alojamiento



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Al momento de determinar el tipo de alojamiento, se obtuvo como mayor resultado que un 27,76% escogió la opción de Campamento y un 24,90% escogió una vivienda familiar.

ANÁLISIS: Considerando la elección de los encuestados, quienes determinaron que el servicio de alojamiento primordial para ellos sería en campamento, ya que este brinda la facilidad de vivir nuevas experiencias y compartir más con el entorno natural, preservando una de las ideas fundamentales del turismo rural.

16. ACTIVIDADES TURISTICAS QUE LE GUSTARÍA REALIZAR DURANTE SU VISITA EN EL MEDIO:

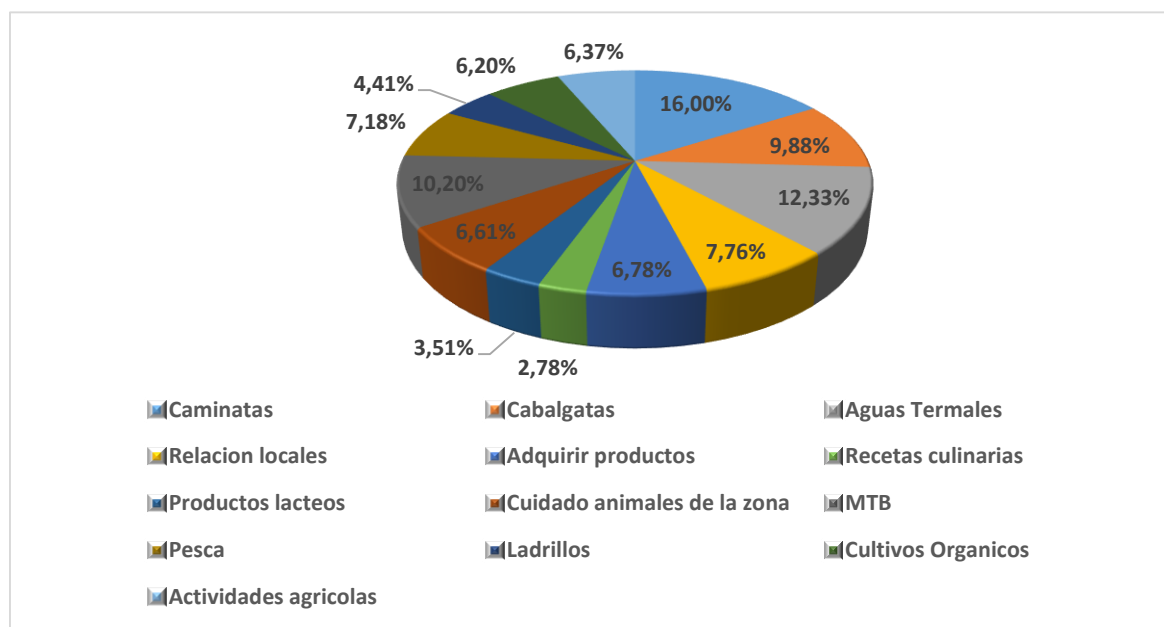
Tabla 26: Preferencia de actividades turísticas

ACTIVIDADES TURISTICAS EN EL MEDIO RURAL (5)	FRECUENCIA	PORCENTAJE

Caminatas	196	16,00%
Cabalgatas	121	9,88%
Aguas Termales	151	12,33%
Relación locales	95	7,76%
Adquirir productos	83	6,78%
Recetas culinarias	34	2,78%
Productos lácteos	43	3,51%
Cuidado animales de la zona	81	6,61%
MTB	125	10,20%
Pesca	88	7,18%
Ladrillos	54	4,41%
Cultivos Orgánicos	76	6,20%
Actividades agrícolas	78	6,37%
TOTAL	1225	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 20: Preferencia de actividades turísticas



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: Los visitantes analizados han escogido que las cinco actividades con mayor interés a realizar por parte ellos corresponde a que 16% (196 personas) buscan realizar caminatas por senderos naturales, 12,33% (151 personas) buscan servicio de aguas termales, 10,20% (125 personas) desean realizar ciclismo de montaña, 7,76% (95 personas) desean crear una relación con la población local y 7,18% (88 personas) les interesaría pescar.

ANÁLISIS: Del total de actividades que se puso a consideración de los visitantes, estos manifestaron que estas 5 son predominantes en sus preferencias ya que para ellos poseen una gran relación con el turismo rural y las actividades que este permite realizar dentro de un área rural como la establecida.

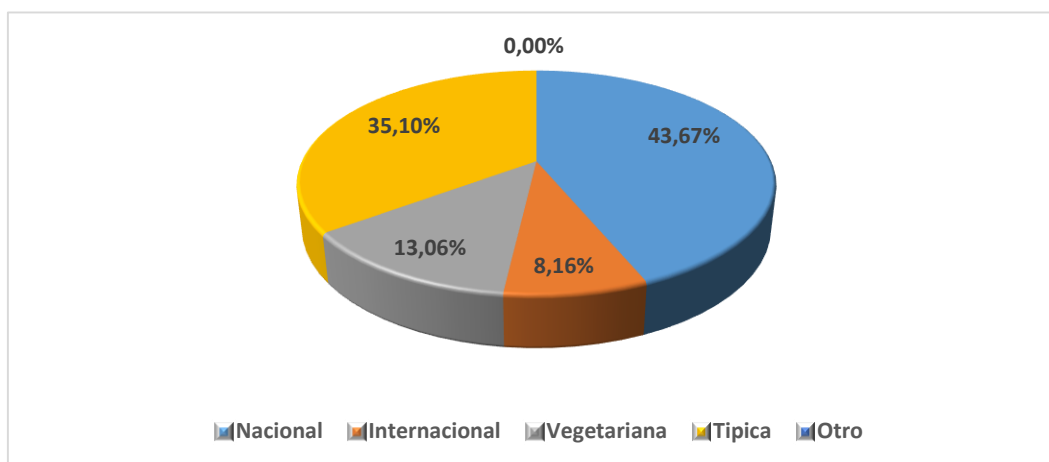
17. TIPO DE ALIMENTACION QUE USTED PREFERIRÍA DURANTE SU VISITA EN EL MEDIO RURAL:

Tabla 27: Preferencia de alimentación

TIPO DE ALIMENTACION	Nacional	Internacional	Vegetariana	Típica	Otro	TOTAL
Frecuencia	107	20	32	86	0	245
Porcentaje	43,67%	8,16%	13,06%	35,10%	0,00%	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 21: Preferencia de alimentación



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: El tipo de alimentación que los encuestados prefieren es de tipo nacional ya que un 43,67% la seleccionó, mientras que un 35,10% prefiere la comida Típica, también relevante.

ANÁLISIS: La selección que los encuestados han fijado posee gran relación ya que las dos brindan productos similares según la zona rural estipulada. Además, mantiene relación con el tipo de alimentación determinada por el turismo rural.

18. TIPO DE TRANSPORTE QUE LE INTERESARÍA UTILIZAR AL MOMENTO DE REALIZAR TURISMO EN EL MEDIO RURAL:

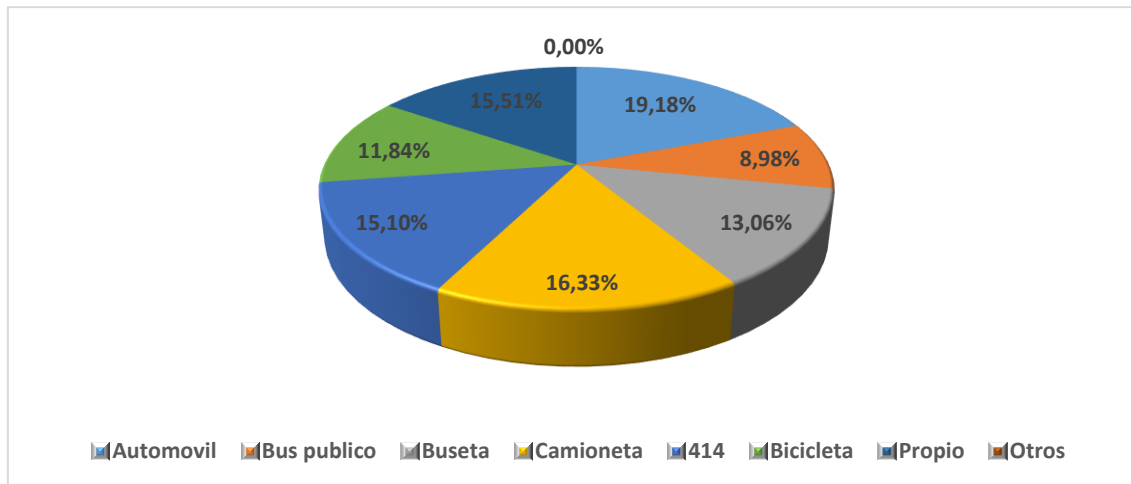
Tabla 28: Tipo de transporte a utilizar

TIPO DE TRANSPORTE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Automóvil	47	19,18%
Bus público	22	8,98%
Buseta	32	13,06%
Camioneta	40	16,33%
4X4	37	15,10%
Bicicleta	29	11,84%

Propio	38	15,51%
Otros	0	0,00%
TOTAL	245	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 22: Tipo de transporte a utilizar



Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN: El tipo de transporte óptimo para los encuestados corresponde al Automóvil con un 19,18% (Valor mayoritario) en base a las respuestas.

ANÁLISIS: La mayoría de los visitantes prefieren movilizarse en un transporte acogedor y privado, como lo es el automóvil, debido a que el acceso a este es sencillo tanto al nivel de compra como de alquiler para viajes.

4.2 Definición del segmento de mercado

Descripción de las características del turista rural.

Una vez realizado el trabajo de campo correspondiente a la aplicación de la encuesta al público objetivo, se obtuvieron los siguientes resultados conforme a cada respuesta manifestada por los encuestados.

Características demográficas:

- **Género:** Masculino (mayoría) y femenino.
- **Edad:** oscilan entre los 18 a 23 y de 30 a 40 años.
- **Lugar de Procedencia:** La gran mayoría son nacionales originarios de Riobamba y Quito; Con respecto a los extranjeros, la mayoría proviene de Colombia.
- **Estado civil:** Solteros en su mayoría y casados.
- **Nivel de educación formal:** Nivel Superior
- **Organización del viaje:** Por cuenta propia, sin uso de recurso informático como el internet.
- **Tiempo para planificar su viaje:** Menos de una semana.
- **Tiempo para su visita:** Estimó aproximadamente entre medio día y un día para realizarla.
- **En compañía de quien realiza la visita:** La visita la realiza en compañía de familiares y amigos.
- **Gasto promedio:** Al día y por persona se asume un gasto que oscila entre los 30 a 60 dólares.

Características psicográficas:

- Para este tipo de visitante es importante considerar que el nivel de aventura en el que pueda verse inmiscuido es relevante, ya que representa parte importante dentro de su motivación para visitar un lugar. Además, se suma la capacidad que cada actividad pueda brindarle al momento de generar un sentido de recreación, es decir, que pueda realizar actividades diferentes que lo lleven a un punto de creación de nuevas experiencias y todo esto debe ir junto con la facilidad de compartir con la naturaleza, crear un vínculo de apreciación y armonía, en la que puedan descubrir y relacionarse con esta.
- Al momento de definir el nivel de conocimiento que este posee sobre el turismo rural, se puede notar que lo relaciona directamente con la facilidad de generar experiencias nuevas y sensaciones diferentes mediante la interacción con la población local, sus actividades y el estilo de vida en el campo.
- Es fundamental para este turista palpar de cerca la vida campestre, llevándolo así hasta sus orígenes, cuando su relación con la tierra era más pura y directa. Participar en

determinadas actividades fomentará esta experiencia, combinando la relación con la naturaleza por medio de actividades al aire libre, como deportes de aventura, en los cuales se puede explotar de manera correcta el deseo del visitante de involucrarse en el entorno y olvidarse de su diario vivir, poniendo a prueba aptitudes por descubrir en cada uno.

- Existe un total interés por parte del visitante en involucrarse en actividades nuevas, relacionadas con el medio rural, siempre y cuando este asegure un completo sistema y oferta de servicios turísticos favorables para que el visitante pueda desarrollarse de manera adecuada y sea de total entretenimiento cada actividad que realice.
- Gran parte de los visitantes han concluido que les interesaría contar con un medio de alojamiento alternativo, que vincule la relación con la naturaleza de una manera más directa y así pueda adquirir de ella sensaciones nuevas, por esta razón optaron por elegir un alojamiento adecuado en carpas (Campamento), así el contacto con la naturaleza se vuelve más directo. Por otro lado, también han considerado favorable el involucrar a la comunidad y sus viviendas como un posible recurso, ya que al momento de utilizar un domicilio local como alojamiento, el visitante busca compartir con los propietarios de este y lograr generar un intercambio cultural y emocional diferente, que alimente su deseo de crear experiencias nuevas y diferentes.
- Las principales actividades que el turista busca realizar en un medio rural son aquellas que necesariamente le permitan compartir con el entorno e involucrarse en él.
- La facilidad de poder realizar caminatas por senderos naturales, visitar balnearios de aguas curativas, relacionarse con la comunidad local y sus actividades, realizar ciclismo de montaña y pescar, son las actividades principales que a este visitante le gustaría realizar, ya que considera que son estas las cuales pueden llevarlo a vivir aventuras y experiencias nuevas que no puede realizarlas en su entorno habitual.
- La alimentación es fundamental al momento de sentir sensaciones diferentes, el turista ha sabido manifestar que le agradaría encontrarse con comida nacional y típica de la zona.

- El consumidor ha optado por determinar que le gustaría hacer uso de un transporte más familiar y acogedor, como el automóvil. Haciendo uso de su propio vehículo, seguramente con la finalidad de poder movilizarse a gusto donde el desee.

4.3 Demanda actual

Para el cálculo de la demanda actual es importante conocer la población, es decir la cantidad de visitantes que accede a la provincia anualmente con fines turísticos. Tal y como se aprecia en el epígrafe 4.1.1 y según los datos que ofrece el GAD de la provincia, el total de visitantes oscila en los 71 935 anualmente. De acuerdo con la aplicación del instrumento a la muestra seleccionada, en la interrogante número 14 se tiene que 240 de los encuestados para un 98% estarían dispuestos a visitar un medio rural que le ofrezca servicios turísticos completos y adecuados al entorno. Como la muestra se selecciona con el propósito de inferir propiedades de toda la población, entonces se tiene que la demanda actual oscila en 70 496 turistas y visitantes.

4.3.1 Cálculo y proyección de la demanda potencial

Para la proyección de la demanda hay que tener en cuenta la cantidad de servidores públicos que posee actualmente el Distrito Metropolitano de Quito específicamente del Frente Social. Según los datos ofrecidos por el Ministerio del Trabajo, anualmente existe una incorporación estimada del 1% de nuevos servidores con respecto a los registros existentes. Esto ocurre debido a las entradas por concepto de apertura de nuevas plazas, así como sustituciones por salidas en base a jubilaciones, renunciaciones y traslados a nuevos puestos de trabajo. Debido a la dinámica de trabajo, tiempo disponible para capacitación, tiempo o programa de cursos y asesorías, así como actualización en temas de control interno, se estima una demanda por cada servidor público un total de al menos 3 cursos o asesorías anuales.

Según el Ministerio del Turismo (2015), el Ecuador está destinado para hacer del turismo la primera actividad económica no petrolera del país al año 2018 a través de la priorización de productos, de destinos y de mercados, y a duplicar los ingresos por concepto de turismo al 2020. Al cierre del año 2014 se tuvo una tasa del crecimiento del sector turístico del 12 % con respecto al 2012, por lo que la tasa de crecimiento anual es del 6%.

Tomando como base el cierre del año 2014 y su tasa de crecimiento se procede al cálculo de la demanda potencial.

Para el cálculo de la demanda se empleará el método geométrico o exponencial: (Correa Velez, 2016)

$$Dt = D (1 + i)^n$$

Dónde:

Dt = Demanda total

D = Demanda actual

i = Tasa relativa de crecimiento anual

n = 5: Potencia relativa al número de años por los que estará en vigor la investigación.

De esta manera se puede proceder a localizar el valor de la demanda total que va a presentar durante un período de 5 años de investigación (se debe recordar que la demanda estimada está constituida por la población futura).

$$Dt = 69.806 (1 + 6 \%)^1$$

$$Dt = 69.806 (1 + 0.06)^1$$

$$Dt = 73.994$$

La siguiente tabla muestra la proyección de la demanda para un periodo de 5 años:

Tabla 29: Demanda Proyectada

AÑO	DEMANDA
2015	73.994
2016	78.434
2017	83.140
2018	88.128
2019	93.416
2020	99.021

Fuente: Elaboración Propia

4.3.2 Análisis de la oferta

Por medio del uso y aplicación de la metodología para inventarios turísticos sugerida por el Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2004, además del trabajo en campo realizado, en el que se realizaron entrevistas y uso de fuentes bibliográficas como el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Chambo y del Chimborazo, para lograr obtener el siguiente inventario correspondiente a los sitios naturales y manifestaciones culturales más próximas y relacionadas al presente trabajo, en donde se determinó los siguientes:

- **Sitios naturales:**

Lagunas de Rocón: El atractivo se sitúa en un ambiente natural que mantiene un relativo nivel de conservación. Está conformado por dos lagunas y a su alrededor se puede observar algunos potreros en donde se encuentra la presencia de ganado vacuno y equino. El paisaje se caracteriza por ser andino, la presencia de montañas alrededor con su vegetación particular, la fuente de agua de las lagunas son los pequeños riachuelos formados por el excedente de agua de los potreros de las zonas más altas y también por la lluvia (Gobierno Autónomo Descentralizado del Chimborazo, 2015).

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del bosque húmedo montano. Su vegetación es arbustiva, se puede encontrar la presencia de *Baccharis latifolia*, *Polylepis incana*, *Myrcianthes*. Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas, cabalgatas, fotografía del entorno, campamentos.

Aguas termales de Aguallanchi: Las Aguas termales de Aguallanchi se ubican a 30 minutos del parque central de la cabecera cantonal, tomando la vía asfaltada 18 de Marzo con dirección a Guayllabamba (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

El presente atractivo se sitúa dentro de un relieve irregular, marcado principalmente por la presencia de la cordillera montañosa de los Cubillines. El balneario cuenta con 3 piscinas de agua subterránea de origen volcánico, con presencia de minerales como azufre y fosforo, por ello se le atribuyen poderes curativos, además cuenta con servicios como baños, duchas y zonas verdes.

Dentro de su flora más representativa se tiene: *Oreopanax* sp, *Myrcianthes* sp, *Baccharis latifolia*, *Polylepis incana*, *Passiflora tarminiana*. Con respecto a su fauna se ha identificado la presencia de: *Mustela frenata*, *Didelphis pernigra*, *Gastrotheca riobambae*, *Pristimantis unistrigatus*, *Columba livia*, *Sylvilagus brasiliensis* (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

El ingreso al atractivo está limitado al horario de atención que va desde las 4am hasta las 5pm, la cancelación del ingreso al balneario que tiene un costo de 1,50 por persona. Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo y además de hacer uso de este, se puede realizar caminatas por senderos autoguiados, avistamiento de aves, fotografía del entorno.

Los Cubillines: Los Cubillines se encuentran a 13 km al este de la cabecera cantonal. El ingreso en vehículo se puede realizar hasta la Hacienda de los señores Oviedo, tomando el camino asfaltado 18 de Marzo con dirección a Guayllabamba, hasta el desvío señalado a la izquierda con dirección a los Cubillines (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del Bosque montano alto con transición al paramo de pajonal el cual alberga fauna del lugar de los cuales se han identificado especies de aves pertenecientes a la familia Trochillidae, accipitridae, tiranidae, mamíferos como la Raposa (*Mustela frenata*), conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*), zarigüeya (*Didelphis pernigra*), anfibios como la Rana Marsupial (*Gastrotheca riobambae*) y el cutin común (*Pristimantis unistrigatus*) (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos autoguiados, cabalgatas, andinismo, ciclismo de montaña, avistamiento de aves, fotografía del entorno.

Pajonal de Titaycun: El bosque se encuentra al este de la cabecera cantonal, en la Comunidad de Titaycun. Es parte del bosque primario Leonán de Llucud. El bosque por encontrarse por encima de los 3000 m, se puede considerar como un mirador natural donde se pueden observar los cantones, Guano y Riobamba (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte de la zona del páramo herbáceo que se caracteriza por estar dominados por hierbas en penacho (manejo) de los géneros *Calamagrostis* y *Festuca*, generalmente entremezclados con otras hierbas y pequeños arbustos y algunas especies, como por ejemplo *Calamagrostis effusa*. Dentro de su flora más representativa se encuentra: *Oreopanax* sp, *Myrcianthes* sp., *Baccharis latifolia*, *Polylepis incana*, *Passiflora tarminiana*, *Buddleja incana*, *Cederla odorata*. Con respecto a su fauna se ha identificado la presencia de: *Mustela frenata*, *Didelphis pernigra*, *Gastrotheca riobambae*, *Pristimantis unistrigatus*, *Columba livia*, *Buteo polyosoma*, *Lesbia victoriae*, *Sylvilagus brasiliensis* (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos guiados, cabalgatas, fotografía del entorno.

Bosque Primario Leonán de LLucud: El bosque se encuentra al este de la cabecera cantonal en la Comunidad San Pedro de LLucud. Posee una extensión aproximada de 67 hectáreas. Dicho espacio se encuentra bajo la administración de la Asociación de Productores Agrícolas de la comunidad de San Francisco de LLucud. El bosque por encontrarse por encima de los 3000 m se le puede considerar como un mirador natural donde se pueden observar los cantones, Guano y Riobamba (Gobierno Autónomo Descentralizado del Chimborazo, 2015).

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del Bosque de Neblina Montano. Posee diferentes especies de flora, como helechos y musgos. Además, se identificó que una parte de la flora que ahí habita son Orquídeas (*Orchidaceae*), siendo la más común la familia de *Araceae* y *Bromeliaceae*. En cuanto a las especies forestales observadas se determinó que la familia *Melastomataceae* y *Araliaceae* son las que prevalecen en la zona. Con respecto a la fauna se han identificado especies de aves pertenecientes a la familia *Trochillidae*, *accipitridae*, *tiranidae*, mamíferos como la Raposa (*Mustela frenata*), conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*), zarigüeya (*Didelphis pernigra*), anfibios como la Rana Marsupial (*Gastrotheca riobambae*) y el cutín común (*Pristimantis unistrigatus*) (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos guiados, cabalgatas, fotografía del entorno.

Los Cubillines: Los Quilimás se encuentran a 15 km al este de la cabecera cantonal y al suroeste de los Cubillines. Su ingreso es tomando el camino asfaltado 18 de marzo con dirección a Guayllabamba, hasta el desvío señalado a la izquierda con dirección a los Cubillines (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

El presente atractivo se sitúa dentro de un relieve irregular, marcado principalmente por la presencia del sistema montañoso de los Cubillines, que lleva el mismo nombre del atractivo, forma parte de la cordillera oriental de los Andes. Se sitúa próximo a la zona alta del Parque nacional Sangay y su entorno es rico en agua principalmente ya que de aquí se toma el agua para abastecimiento del cantón.

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del Bosque montano alto con transición al paramo de pajonal el cual alberga fauna del lugar de los cuales se han identificado especies de aves pertenecientes a la familia Trochillidae, accipitridae, tiranidae, mamíferos como la Raposa (*Mustela frenata*), conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*), zarigüeya (*Didelphis pernigra*), anfibios como la Rana Marsupial (*Gastrotheca riobambae*) y el cutín común (*Pristimantis unistrigatus*) (Gobierno Autónomo Descentralizado del Chimborazo, 2015).

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos autoguiados, cabalgatas, andinismo, ciclismo de montaña, avistamiento de aves, fotografía del entorno.

Además, se presentan diversas manifestaciones culturales, entre las que se tienen como más representativas las siguientes:

- **Manifestaciones culturales:**

Iglesia Matriz: Atractivo ubicado en la cabecera cantonal junto al parque principal, a la entrada de la ciudad de Chambo. El estilo de sus ventanales, pilares y torres es ecléctico. Fue construida en 1930 y ocupa una superficie de 1100 m². Dentro del atractivo se puede observar esculturas

religiosas, cuadros, vestimenta y ciertos bordados que son atracción para quien aprecia el arte. En su altar central se encuentra el patrono del Cantón San Juan Evangelista (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Capilla del niño: Atractivo que se encuentra cerca de la zona central de la cabecera cantonal. Sus ventanales, pilares y torres son de estilo ecléctico. Fue contraída en los años 30. Dentro del atractivo se puede observar esculturas religiosas y cuadros. Es utilizada principalmente en el mes de diciembre para las diferentes adoraciones al niño rey (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Elaboración artesanal de ladrillos: Manifestación cultural que se originó en el cantón, lleva más de 50 años su desarrollo. El sector de mayor cantidad de ladrilleras es San Blas. La distribución y venta de sus productos se realiza en las ciudades más próximas como Riobamba, Ambato, Guaranda y en algunas ocasiones hasta Guayaquil (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014). Para su elaboración se utilizan técnicas artesanales para mezclar los materiales y darles forma. Los materiales más importantes son: Tierra negra, la colorada, aserrín, agua, motor, horno y leña. Y herramientas como el azadón, la pala y el rastrillo.

Jubileo de las 40 horas: El atractivo es la manifestación de devoción o fe que los habitantes del cantón muestran en símbolo de la adoración al Santísimo. La actividad se realiza durante cuatro días, de los cuales dedican diez horas diarias a la manifestación de fe, así cumpliendo las 40 horas, en estos días se celebra la Santa Misa y por la noche el sacerdote imparte la Bendición. Esto se realiza en la capilla de San Juan Evangelista ubicada en el barrio con el mismo nombre. Esta manifestación se la realiza una vez dada por terminada la celebración del carnaval (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Leyenda de la laguna de Rocón: Se refiere a una leyenda que narra que una parte de la montaña cedió, enterrando un área que los habitantes de la zona ocupaban para preparar sus alimentos, aquí se ubicaba una paila muy grande en la que preparaban el alimento para todos. Este accidente natural enterró consigo esta paila, generando preocupación en los moradores que al percatarse de esto intentaron sacar la paila pero se percataron que esta comenzaba a llenarse de agua,

imposibilitando la acción, esto siguió hasta que se cubrió en su totalidad de agua hasta dar forma a la laguna que hoy se la conoce (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Leyenda del Duende de la Chorrera: Leyenda que narra que antiguamente existía una chorrera que salía de la quebrada de Guayllabamba, la cual era de uso para los moradores de la zona. Las personas iban a abastecerse de agua. Un día, una joven muy atractiva de cabello negro largo, ojos resplandecientes, fue a conseguir agua y de repente se le apareció un hombre de baja estatura, pequeñas botas y un sombrero largo, el cual se presume encantó a la muchacha y desde ese momento no se le volvió a ver (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014). Dicen que en ocasiones cuando la chorrera se activa y emana agua, se ve salir de su interior a la chica en compañía de este sujeto y dos niños.

La fiesta de los diablitos: Desde el siglo anterior, se viene recordando con mucha fe a San Juan Evangelista patrono del cantón, la fecha del evento son los días 26 y 27 de diciembre, se lo realiza acompañado de la banda de pueblo y danzas, combinado con el infaltable sonido del pingullo y el tambor. Los disfraces que representan de manera satírica la presencia de los diablos (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Devoción de la Santa Cruz: Este atractivo tiene lugar en doce puntos del cantón, debido a que su recorrido lo demanda. Es la manifestación de devoción que los habitantes del cantón muestran, recorriendo las doce cruces, realizando un “Viacrucis” con la finalidad de honrar la Pasión de Cristo. Los doce puntos por donde se realiza el recorrido son: la cruz de Cruz loma, Barrió el Carmen, Barrió la Dolorosa, Llio cuatro esquinas, Loma del Barrio San Juan, Barrió Quintus, Final del Barrio San Juan, Barrió El Rosario, Chugllin, Esquina Sra. Boderó, Ulpan al bajar a la quebrada, Guayllabamba (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Gastronomía Chambeña: Este atractivo tiene lugar en la zona urbana y rural del cantón. Se caracteriza por usar productos que son propios de la zona con la finalidad de asegurar su procedencia y por ende su calidad. La presentación de los platos difiere de quien los prepare eso sí, conservando la receta original. Las especialidades gastronómicas que en el cantón se pueden

encontrar son: Ceviche de chochos con fritada, papas con cuy, chicha de jora, fritada, caldo de 31, caldo de gallina criolla, trucha frita, jugo de mora silvestre.

Producción Agropecuaria: Este atractivo tiene lugar en la zona urbana y rural del cantón, se caracteriza por ser parte de una de las 4 actividades económicas del cantón y la más importante ya que genera cerca de 2 366 toneladas métricas de producción agrícola anual y cerca de 33 310 litros de leche por día. Abarca un área aproximada de 616 hectáreas en todo el cantón, la cual es muy aprovechada debido a su gran cantidad de componentes del suelo, los cuales generan variedad de productos típicos de los Andes (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chambo, 2014).

Dentro de los principales productos que se encuentran están: maíz, choclo, brócoli, col, coliflor, lechuga, zanahoria, papa, remolacha, cilantro, rábano y haba. La actividad pecuaria se caracteriza por la producción de derivados de la leche y la comercialización de carne en menor proporción.

Servicios turísticos:

Se determinó que la oferta turística más próxima a la Quinta San Francisco, se encuentra en la Parroquia La Matriz y sus alrededores (Chambo), la misma que posee un nivel de desarrollo económico moderado y permite la realización de actividades de carácter comercial. Además, mantiene un nivel político-administrativo estable, el mismo que ha fomentado en los últimos años la participación en el desarrollo de actividades turísticas.

También cuenta con equipamientos propios del sector turístico: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y otros sitios de interés turístico, los mismos que constituyen los elementos sobre los que actúa la actual actividad turística de la zona.

Al ser considerada la comunidad San Francisco como el sitio estratégico para el diseño y propuesta de un producto de turismo rural, se considera importante utilizar la infraestructura denominada “Quinta San Francisco”, con la finalidad de que en esta se realicen actividades propias de la operación turística, como el alojamiento, la alimentación, guanca e interpretación.

Sin embargo, es necesaria la construcción de instalaciones adecuadas para el propósito del trabajo.

- Catastro de servicios turísticos:

El catastro de establecimientos relacionados a la actividad turística, constituye sin duda una fase del proceso de recopilación de información, además representa una herramienta referencial al momento de diseñar un producto turístico.

Se debe considerar que la oferta turística en el cantón Chambo es sumamente baja, esto se debe a que se lo considera como un destino de paso, complemento de la ciudad de Riobamba, la cual si es un centro turístico que contiene una oferta de servicios completos.

Por tal motivo, servicios turísticos como los de alojamiento en el cantón Chambo son generados de manera esporádica, según la demanda en días festivos, sin embargo, no cuentan con registros oficiales.

Los establecimientos que cuentan con la normativa reglamentaria se ubican en las proximidades al cantón, en la vía Riobamba-Chambo.

- Servicios de hospedaje:
- Chambo y sus proximidades:

Tabla 30: Establecimientos de hospedaje

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	NÚMERO DE PLAZAS	PORCENTAJE
Hosterías por Categoría			
Primera	2	101	90%
Segunda	1	11	10%
Total	3	112	100%

Fuente: Dirección de turismo-Zonal 3 (2015)

La oferta de hospedaje muestra que el único tipo de establecimiento que existe son hosterías de primera categoría en un 90% y de segunda en un 10%, lo que da a entender que la oferta de servicios está orientada a la clase media alta.

La suma del número de plazas que se encuentran vinculadas con la disponibilidad de camas que poseen las hosterías de la zona, resultó ser de un total de 112 plazas o cupos diarios, resultando un total anual de 33.600 plazas (Considerando 300 días laborables).

- Servicios de alimentos y bebidas

Tabla 31: Servicios de alimentos y bebidas

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	CANTIDAD	NÚMERO DE PLAZAS	PORCENTAJE
Restaurantes por Categoría			
Segunda	2	172	74%
Tercera	1	60	26%
Total	3	232	100%

Fuente: Dirección de turismo-Zonal 3 (2015)

La oferta de hospedaje muestra que el único tipo de establecimiento referente a alimentación y bebidas que existe en el registro catastral oficial son restaurantes de segunda categoría en un 74% y de tercera en un 26%, lo que se puede interpretar que la oferta de sus servicios está orientada a la clase media baja.

La suma del número de plazas en mesas que poseen los restaurantes resultó ser de un total de 232 plazas diarias para un total anual de 69.600 plazas (Considerando 300 días laborables).

- Agencia de viajes y operadoras de turismo:

No se registra la existencia de agencias de viajes ni operadoras turísticas en el sector.

4.3.2 Confrontación de la demanda vs Oferta

La oferta turística en la zona desde hace varios años no presenta variabilidad, solamente existen dos hosterías que brindan sus servicios a los visitantes y hasta el momento no se registran nuevos emprendimientos o proyectos para el sector turístico.

La oferta turística básicamente la absorben los dos establecimientos que brindan sus servicios, lo cual tiene que estar en consecuencia con las capacidades de hospedaje. Entre las dos hosterías antes mencionadas, existe una capacidad de 33.600 plazas anuales considerando 300 días al año. Debido a que no existen registros de ampliación ni nuevos emprendimientos en esta rama, la proyección de la oferta se mantiene constante.

Tabla 32: Oferta

AÑO	OFERTA
2016	33600
2017	33600
2018	33600
2019	33600
2020	33600

Fuente: Elaboración Propia

La siguiente tabla muestra la confrontación entre la oferta y la demanda, obteniéndose la demanda insatisfecha, la cual se refiere a la cantidad de turistas y visitantes que estarían dispuestos a visitar un medio rural que le ofrezca servicios turísticos completos y adecuados al entorno, pero que no cuentan con el lugar para desarrollar dicha actividad. Tal y como se puede visualizar, la oferta actual no cubre la demanda, puesto que la misma es muy alta de acuerdo a las respuestas que se obtienen del instrumento aplicado. Por lo que el diseño de un producto turístico a través del aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la Quinta San Francisco, pretende insertarse en el mercado para cubrir gran parte de la demanda insatisfecha.

Tabla 33: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	78434	33600	44834

2017	83140	33600	49540
2018	88128	33600	54528
2019	93416	33600	59816
2020	99021	33600	65421

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO V:

PROPUESTA DEL DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO RURAL PARA LA QUINTA SAN FRANCISCO

4.1 Diseño del producto turístico

Considerando el análisis de las potencialidades turísticas de la Quinta San Francisco y sus alrededores, además del estudio de oferta y demanda, se plantea la creación de un producto turístico rural que tiene como finalidad promover la actividad turística en la zona, revalorizar los atractivos naturales y culturales que posee el lugar e implementar una actividad económica alternativa.

4.2 Diseño técnico del producto

Para este diseño técnico se ha considerado principalmente los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, a donde acude una afluencia de visitantes tanto nacionales como extranjeros.

Tomando en cuenta la información proporcionada por los turistas se notó que la mayoría está motivado por realizar un turismo de naturaleza (22,86%), combinado con la sensación de aventura (21,90%) y recreación (21,36%).

Dentro de las actividades que los turistas preferirían realizar en un ambiente rural están las caminatas por senderos naturales adecuados (16%), visita a balneario de aguas termales (12,33%), ciclismo de montaña (10,20%), relacionarse con la población local y sus actividades (7,76%), como también realizar cabalgatas, pesca y adquirir productos hechos en la zona.

4.2.1 Tipo de producto

La Quinta San Francisco como prestadora de servicios turísticos propone a los visitantes la facilidad de disponer de varios paquetes con actividades de carácter rural, las mismas que podrán

ser elegidas a gusto para así combinarlas y desarrollar un paquete propio por cada visitante según su preferencia y nivel de dificultad.

Las actividades rurales serán llevadas a cabo por personas propias de la zona capacitadas en cada tema en particular, esto se realiza con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la zona.

Con respecto a las actividades de carácter de aventura, estas serán orientadas por guías especializados respectivamente y se aplicarán las correspondientes normas de seguridad, con la finalidad de precautelar la integridad del visitante y la conservación del entorno natural.

Aquí se detallan las actividades a realizarse:

Tabla 34: Actividades a realizarse

ACTIVIDADES A REALIZARSE EN LA QUINTA SAN FRANCISCO	
Actividades de carácter rural	<ul style="list-style-type: none">- Visita a balnearios de Aguas Termales (Hotsprings)- Relacionarse con la población local y con sus actividades cotidianas.- Adquirir productos de la zona (Agropecuarios).
Actividades al aire libre	<ul style="list-style-type: none">- Caminatas por senderos naturales- Ciclismo de montaña- Camping- Cabalgatas- Pesca deportiva

Fuente: Elaboración Propia

Cada día se desarrollarán diversas actividades guiadas donde el turista tendrá la oportunidad de escoger de acuerdo a sus preferencias

4.3 Diseño de servicios turísticos

Tabla 35: Descripción del tour 1

TOUR 1: CAMINATA POR SENDEROS NATURALES Y CAMPING.	
PRECIO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
5.00 usd por persona y 2.00 para los menores de edad.	<p>Consiste en la realización de caminatas por senderos naturales, donde el turista podrá disfrutar de la flora y fauna del entorno, estableciendo vínculo directo con la naturaleza, tomar fotos, hacer videos, entre otras. Finalmente podrán acampar a la sombra de los árboles para tomar un descanso y consumir una merienda o refrigerio.</p> <p>Dicha actividad siempre estará dirigida por guía, el cual le irá explicando al grupo de turistas las particularidades de los atractivos, su historia y experiencias con el fin que la excursión sea agradable y el turista adquiera conocimientos sobre la cultura del lugar.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 2: Caminatas por senderos naturales



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 36: Descripción del tour 2

TOUR 2: VISITA A BALNEARIOS DE AGUAS TERMALES (HOTSPRINGS)	
PRECIO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
6.00 usd por persona y 2.00 para los menores de edad.	<p>Consiste en la visita guiada a balnearios de aguas termales, donde el turista en el recorrido hacia el lugar de destino podrá disfrutar de los atractivos naturales del entorno, de las especies autóctonas de la flora y la fauna de la zona estableciendo vínculo directo con la naturaleza, donde podrán tomar fotos, hacer videos, entre otras.</p> <p>Finalmente podrán disfrutar de las aguas termales del balneario después de una camita agotadora. En el lugar podrán consumir una merienda o refrigerio, siempre manteniendo la limpieza del medio ambiente.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3: Aguas termales



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 37: Descripción del tour 3

TOUR 3: VISITA A LA POBLACIÓN LOCAL	
PRECIO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
3.00 usd por persona y 1.00 para los menores de edad.	Dicha actividad consiste en la visita guiada a la localidad, es decir, al Cantón Chambo, lo cual permitirá un vínculo con los pobladores del lugar. En esta, los turistas y visitantes podrán conocer acerca de las actividades cotidianas que realizan los habitantes, adquirir productos agropecuarios, apreciar la gastronomía y degustar de los platos típicos del cantón. Además, podrán conocer sobre la cultura y costumbre de sus pobladores, comprar artesanías, entre otras.

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4: Cultura del Cantón Chambo



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 38: Descripción del tour 4

TOUR 4: ACTIVIDADES DEPORTIVAS	
PRECIO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

<p>6.00 usd por persona</p>	<p>Dicho Tour se presenta cada día con una actividad diferente.</p> <p>Día 1: Práctica de ciclismo de montaña</p> <p>Día 2: Cabalgatas</p> <p>Día 3: Pesca deportiva</p> <p>El tour incluye una experiencia maravillosa para los que deseen asumir riesgos y realizar actividades bajo los efectos de la adrenalina. Se visitará la ruta de ciclismo de montaña donde los turistas podrán desarrollar dicha actividad de manera supervisada.</p> <p>Se efectuarán cabalgatas por diferentes senderos donde se apreciará el entorno natural, un paseo que promete ser inolvidable para los visitantes.</p> <p>Se efectuará la pesca deportiva, donde los turistas que tengan la suerte de pescar algún pez puedan cocinarlo directamente en fogatas y degustarlo, permitiendo un acercamiento con la vida rural y el entorno natural.</p>
---------------------------------------	--

Fuente: Elaboración Propia

Figura 5: Práctica de ciclismo de montaña



Fuente: Elaboración Propia

Figura 6: Práctica de Cabalgatas



Fuente: Elaboración Propia

Figura 7: Pesca Deportiva



Fuente: Elaboración Propia

Además se muestra la propuesta de menú de alimentos y sus respectivos precios, los cuales podrán ser degustados por los clientes.

Tabla 39: Entradas

ENTRADAS	PRECIO
Empanadas de ciento (porciones)	1,30
Empanadas de zambo (carne o pollo)	1,15
Muchines de yuca (3 porciones)	1,30
Choclos con queso	1,80
Mote con chicharon (porción)	1,80
Habas con queso	1,65

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 40: Cremas y sopas

CREMAS Y SOPAS	PRECIO
Crema de zapallo	1,80
Crema de zanahoria	1,80
Caldo de patas	2,80
Caldo de gallina	2,80
Locro de papas con cuero	2,00
Locro de zambo	1,50

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 41: Platos fuertes

PLATOS FUERTES	PRECIO
Trucha al vapor	5,00
Seco de gallina	3,50
Fritada	4,00
Llapingachos	2,50
Cuy	12,00
Lomo asado	4,00
Churrasco	4,50
Guatita	3,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42: Postres

POSTRES	PRECIO
Dulce de zapallo	1,75
Higos con queso	1,50
Dulce de zambo	1,50
Ocas dulces	1,25
Pistiños	1,25

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 43: Bebidas

BEBIDAS	PRECIO
Batidos (mora, taxo, tomate, frutilla)	2,00
Jugos (naranja, mora, naranja, piña, tomate)	1,50
Agua Mineral	0,50
Agua con gas	0,80
Cervezas	2,50
Gaseosas	1,20
Pony malta	1,00
Chicha	1,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44: Bebidas Alcohólicas

BEBIDAS ALCOHÓLICAS	PRECIO
Vino	3,00
Canelazos	2,00
Aguardiente	1,50
Margarita	3,00
Whisky en las Rocas	3,00
Cuba Libre	3,00
Caipirinha	3,50
Mojito	3,50
Piña Colada	3,50

Fuente: Elaboración Propia

4.4 Creación de la base turística

El producto turístico consiste en la creación de una base turística en un entorno natural donde los visitantes disfruten de la interacción directa de la naturaleza. Para ello se seleccionó una zona natural en un terreno llano, donde en sus alrededores se puede apreciar abundante flora y fauna autóctona del lugar.

Para la adecuación de la base turística fue preciso realizar varias adecuaciones al terreno, como eliminación de malezas en el área de instalaciones, replanteo de senderos y caminos para posibilitar el acceso de vehículos, acceso hidráulico y eléctrico.

La base turística contará con 5 áreas fundamentales, las cuales se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 45: Áreas de la Base Turística

NO	ÁREAS	DESCRIPCIÓN
1	Administración	Oficinas administrativas
2	Gastronómica	Restaurante
		Bar
		Cocina
3	Alojamiento	Carpas
4	Baños	Baños de uso colectivo
5	Enfermería	Equipada para primeros auxilios

Fuente: Elaboración Propia

La construcción de la mayoría de las instalaciones de la base turística se realizará con madera, bloques en algunos casos y el techo de madera y paja, dando una impresión rústica, propia del entorno natural. La decoración estará compuesta básicamente con artículos de madera fabricados por artesanos de la zona y distintivos del lugar. Por otra parte, el mobiliario será fabricado en la carpintería comunitaria, donde se utilizará madera de calidad.

El Área de Administración estará compuesta por tres oficinas administrativas, donde radicará el personal administrativo, la recepción y un pequeño lobby. El Área de gastronomía estará compuesta por un restaurant con variadas ofertas y platos nacionales y típicos del lugar, tendrá además un pequeño bar donde los clientes podrán disfrutar de bebidas y deliciosos tragos. El área de cocina será donde se elaborarán y prepararán los alimentos.

El área de alojamiento estará equipada de carpas, tal y como prefirieron la mayoría de los encuestados, los cuales respondieron que les gustaría un medio de alojamiento alternativo, que vincule la relación con la naturaleza de una manera más directa y así pueda adquirir de ella nuevas sensaciones. Se ubicarán en un principio 22 carpas de lona, con una separación mínima de 2 metros entre carpas, las cuales tendrán una capacidad para 6 personas y contarán con un módulo compuesto por avituallamiento como cobijas, sábanas entre otras.

Los baños serán de uso colectivo, compuestos por dos módulos, uno para mujeres y otro para hombres. La enfermería estará equipada solamente con material y medicamentos para primeros auxilios.

Figura 8: Carpas para acampar



Fuente: Elaboración Propia

4.5 Requerimiento de recursos

4.5.1 Requerimiento de recursos materiales

Tabla 46: Equipos de cocina

Para determinar el equipo necesario para la cocina se consideró la cantidad de clientes que se aspira tener junto con los servicios de alimentación que se brindara, para lo cual se requerirá lo siguiente:

EQUIPOS DE COCINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cocina Industrial	2.100,00	2.100,00
1	Horno	1.200,00	1.200,00
1	Extractor de Vapor	650,00	650,00
2	Refrigeradora	1.150,00	2.300,00
1	Procesador de Alimentos	250,00	250,00
3	Nevera	900,00	2.700,00
2	Licadoras	120,00	240,00
2	Microondas	150,00	300,00
TOTAL			9.740,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 47: Equipos

Referente a equipos de oficina se consideró las principales tareas a realizar en la base turística, para lo cual se requerirá de lo siguiente:

EQUIPOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Equipos de computación	595,00	1.640,00
3	Computadora	450,00	1.350,00
2	Impresora multifuncional	145,00	290,00
	Equipos de Oficina	1.575,00	5.025,00
1	Cajas registradoras	250,00	250,00
1	Equipo de sonido	420,00	420,00
4	Televisión	750,00	3.000,00
25	Luminarias	35,00	875,00
3	Teléfono Convencional	45,00	135,00
4	Teléfono celular	120,00	480,00
TOTAL			6.665,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 48: Muebles y enseres del restaurante

Considerando la cantidad de visitantes que se espera tener en temporada alta, y la necesidad de brindar una acomodación adecuada al momento de brindar el servicio de alimentación, se ha optado por los siguientes activos:

MUEBLES Y ENSERES DEL RESTAURANTE			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
30	Mesas	120,00	3.600,00
160	Sillas	75,00	12.000,00
1	Aparador	350,00	350,00
1	Mueble de Cocina	65,00	65,00
1	Recibidor	450,00	450,00
TOTAL			16.465,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 49: Muebles y enseres del Bar

Tomando en cuenta la demanda prevista, se espera implementar el servicio de Bar con los siguientes insumos:

MUEBLES Y ENSERES DEL BAR			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Mueble de Bar	1.250,00	1.250,00
8	Asientos de Bar	45,00	360,00
1	Estante de Copas	180,00	180,00
1	Aparador	350,00	350,00
1	Estante de Licores	350,00	350,00
1	Mueble	450,00	450,00
16	Silla	75,00	1.200,00
4	Mesas	85,00	340,00
1	Recibidor	450,00	450,00
TOTAL			4.930,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 50: Muebles y enseres de la recepción

Los requerimientos necesarios para la implementación adecuada del área de recepción son los siguientes:

MUEBLES Y ENSERES DE RECEPCIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Archivador	150,00	150,00
1	Recibidor	250,00	250,00
1	Mesa de centro	85,00	85,00
1	Sofá de 3 plazas	450,00	450,00
TOTAL			935,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51: Muebles y enseres de la administración

Tomando en cuenta el personal con el que se va a contar, se determinó los siguientes insumos, lo cuales serán de suma importancia al momento de realizar las labores:

MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Escritorio	290,00	870,00
3	Silla de oficina	120,00	360,00
TOTAL			1.230,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 52: Menaje del Restaurante y bar

Para satisfacer la demanda prevista, se ha adquirido una serie de productos que varían según su uso, son correspondientes al menaje del restaurante y bar, los cuales son detallados a continuación, con su cantidad respectiva y precio:

MENAJE DEL RESTAURANTE Y DEL BAR			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	Juegos de cuchillos	45,00	90,00
3	Juegos de ollas	145,00	435,00
2	Ollas de Presión	70,00	140,00
2	Tablas de picar	10,00	20,00
6	Cucharones	8,00	48,00
3	Juegos de sartenes	60,00	180,00
150	Vasos de licor	1,80	270,00
150	Vasos largos	2,00	300,00
50	Manteles	18,00	900,00
30	Vajillas para 6 personas	60,00	1.800,00
30	Cubiertos de 6 piezas	33,00	990,00
3	Teteras	25,00	75,00
25	Fuentes ovaladas	6,00	150,00
30	Juego de saleros y condimentos	15,00	450,00
30	Azucareras	5,00	150,00
40	Copas de vino	4,00	160,00
30	Jarras de vidrio	8,00	240,00
2	Juegos de coladores	6,00	12,00
TOTAL			6.410,00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53: Menaje de hospedaje

Para satisfacer las necesidades de alojamiento, se requerirá del siguiente menaje respectivo para el tipo de alojamiento indicado en el proyecto:

MENAJE DE HOSPEDAJE			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
22	Carpas	125,00	2.750,00
320	Aislante (piso)	12,00	3.840,00
320	Cobijas	18,00	5.760,00
320	Almohadas	5,00	1.600,00
160	Juegos de toallas	15,00	2.400,00
Total			16.350,00

Fuente: Elaboración Propia

4.5.2 Requerimiento de recursos humanos

El requerimiento de recursos humanos o capital humano como se le suele conocer en la actualidad es un factor fundamental para la puesta en marcha de cualquier proyecto. En el caso de la base turística de la Quinta San Francisco se tiene la presencia de un Gerente General, una auxiliar contable para el registro de las operaciones económicas, cobros, pagos, entre otras actividades vinculadas con la contabilidad y finanzas. Una recepcionista para la atención al cliente. En el área de servicios, básicamente en el área de cocina se tiene un chef y dos auxiliares de cocina, así como 4 meseros, para servir y atender a los clientes, uno de ellos para el área del bar y bebidas. Se contará además con una enfermera y un chofer. Además se contará con cuatro guías para la realización de los tour y excursiones con los turistas.

Tabla 54: Requerimiento de recursos humanos

CANTIDAD	ROL
1	Gerente
1	Asistente contable
1	Recepcionista
1	Chef
2	Auxiliar de cocina
4	Mesero
1	Enfermera
1	Chofer
4	Guía

Fuente: Elaboración Propia

4.6 Evaluación económica financiera

4.6.1 Presupuesto de inversiones

Siempre que se vaya a llevar a cabo un proyecto es necesario realizar una planificación y posterior evaluación para determinar si el mismo será factible en términos económicos financieros. Para ello es preciso realizar la planificación de recursos en los que se debe invertir para la puesta en marcha del proyecto.

El presupuesto de inversiones registra la inversión fija, en la cual está integrada por los activos que componen los bienes que fueron adquiridos con el fin de llevar a cabo el objetivo del proyecto. Dentro de este grupo de activos se encuentra la infraestructura, que no es más que la construcción y adecuaciones realizadas en lugar donde se instalará la base turística. Además se tiene la adquisición de un vehículo de transporte para el apoyo de la operatividad de la base, así como equipos de cocina, equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres. Por otra parte se tienen los activos diferidos, dentro de estos se encuentra el estudio de factibilidad contratado a especialistas, los gastos de constitución e imprevistos (para ello se determinó que fueran del 5% del total de activos fijos), además de gastos de publicidad integrado por el diseño y elaboración de una página web y una valla publicitaria como estrategia de comunicación y difusión de los servicios que ofrecerá la base turística de la Quinta San Francisco. A continuación se muestra la tabla con la inversión total en activos:

Tabla 55: Activos

ACTIVOS	
DESCRIPCIÓN	VALOR (USD)
ACTIVOS FIJOS	
Infraestructura (Construcción y adecuaciones)	35,000.00
Vehículo	21,500.00
Equipos de Cocina	9,740.00
Equipos de Oficina	5,025.00
Equipos de computación	1,640.00
Muebles y Enseres	23,560.00
Total Activos Fijos	96,465.00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio de Factibilidad	700.00
Gastos de Constitución	350.00
Imprevistos	4,823.25
Gastos de Publicidad	2,550.00
Página web	1,350.00
Valla publicitaria	1,200.00
Total de Activos Diferidos	8,423.25
TOTAL	104,888.25

Fuente: Elaboración Propia

Como parte de la inversión inicial también se encuentra el capital de trabajo, el cual representa el monto de dinero en efectivo para comenzar las actividades fundamentales para el funcionamiento de la base turística en su etapa inicial. En el caso de este proyecto turístico se determina el capital de trabajo para un periodo de tres meses.

Tabla 56: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Mano de Obra Directa	8,263.79	24,791.38
Salarios Administrativos	3,349.59	10,048.78
Servicios Básicos	466.90	1,400.70
Suministros de Limpieza	39.22	117.66
Suministros de Oficina	50.00	150.00
TOTAL	12,169.51	36,508.52

Fuente: Elaboración Propia

Mientras que la inversión inicial se compone de los activos, el capital de trabajo y la inversión en útiles y menaje utilizado para la prestación del servicio.

Tabla 57: Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	
DESCRIPCION	TOTAL
Activos Fijos	96.465,00
Activos Diferidos	8.423,25
Capital de Trabajo	36.508,52
Útiles y menaje	22.912,00
Total	164.308,77

Fuente: Elaboración Propia

4.6.2 Fuente de financiamiento

Generalmente cuando se va a llevar a cabo un proyecto que requiere cierta inversión, es necesario acudir a una entidad financiera que financie parte de la inversión. En el presente

proyecto, el 60% será financiado por el banco, mientras que el resto, es decir el 40% lo asumirán los principales socios.

Tabla 58: Financiamiento

INVERSIÓN TOTAL			
INVERSIÓN	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRÉSTAMO	
Inversión Fija	51.120,10	76.680,15	127.800,25
Capital de trabajo	14.603,41	21.905,11	36.508,52
TOTAL	65.723,51	98.585,26	164.308,77
PORCENTAJE (%)	40%	60%	

Fuente: Elaboración Propia

4.6.3 Proyección de costos y gastos

La proyección de los costos y gastos se refleja a través de un presupuesto que registra los costos directos, costos indirectos, gastos administrativos y gastos financieros. Dentro de los costos directos se encuentra el gasto por concepto de productos del bar y de restaurante, así como la mano de obra directa, es decir, el salario que percibe el personal vinculados con la realización de las actividades diarias.

Tabla 59: Servicios del Bar

SERVICIOS DEL BAR				
PRODUCTOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Vino Tinto 1 botella	10	13.00	130.00	1,560.00
Champagne 1 botella	10	13.00	130.00	1,560.00
Cerveza Heineken	200	1.00	200.00	2,400.00
Cerveza Corona	200	1.00	200.00	2,400.00
Cerveza Nacional	300	0.80	240.00	2,880.00
Agua Mineral	600	0.50	300.00	3,600.00
Agua con gas	600	0.60	360.00	4,320.00
Gaseosas	600	0.80	480.00	5,760.00
Galletas (24 unid)	50	3.20	160.00	1,920.00
Chocolates (24unid)	50	5.00	250.00	3,000.00
Paquetes Snacks (36 unid)	50	3.60	180.00	2,160.00
TOTAL			2,630.00	31,560.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 60: Servicios de restaurante

SERVICIOS DE RESTAURANTE			
PRODUCTOS	COSTO DIARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Productos de alimentación	650.00	19,500.00	234,000.00
TOTAL			234,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 61: Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA											
Cantidad	Cargo	Sueldo básico	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Aporte IECE	Aporte SECAP	Vacaciones	Total	Sueldo anual
			Sueldo /12	Sueldo b./12	Sueldo /12	11.15%	Sueldo*0.005	Sueldo*0.005	sueldo/24		
1	Chef	600.00	50.00	30.50	50.00	66.90	3.00	3.00	25.00	828.40	9,940.80
2	Auxiliar de cocina	500.00	41.67	30.50	41.67	55.75	2.50	2.50	20.83	1,390.83	16,690.00
4	Mesero	450.00	37.50	30.50	37.50	50.18	2.25	2.25	18.75	2,515.70	30,188.40
1	Enfermera	470.00	39.17	30.50	39.17	52.41	2.35	2.35	19.58	655.52	7,866.26
1	Chofer	366.00	30.50	30.50	30.50	40.81	1.83	1.83	15.25	517.22	6,206.63
4	Guía	420.00	35.00	30.50	35.00	46.83	2.10	2.10	17.50	2,356.12	28,273.44
	Total	2,806.00	233.83	183.00	233.83	312.87	14.03	14.03	116.92	8,263.79	99,165.53

Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los costos indirectos se encuentra los gastos de suministros de limpieza, amenities, suministros de oficina y servicios básicos. Seguidamente se muestra la descripción de cada una de las partidas:

Tabla 62: Suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Detergente (1 kilo)	4	1.67	6.68	80.16
Jabón (3 unidades)	1	1.80	1.80	21.60
Cloro (Litro)	5	1.26	6.30	75.60
Fundas de basura (12 u)	10	1.50	15.00	180.00
Desinfectante	4	2.36	9.44	113.28
TOTAL			39.22	470.64

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63: Amenities

AMENITIES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jabón de baño	60	0.27	16.20	194.40
Shampoo (sachet)	60	0.23	13.80	165.60
TOTAL			30.00	360.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 64: Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Paquete de hojas	1	35.00	35.00	420.00
Esferos membretadas	4	0.32	1.28	15.36
Lápices	4	0.23	0.92	11.04
Borradores	4	0.20	0.80	9.60
Folder	40	0.30	12.00	144.00
TOTAL			50.00	600.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 65: Servicios Básicos

SERVICIOS BÁSICOS				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (m3, Kw/hora, mg)	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	550	0.55	302.50	3,630.00
Energía eléctrica	680	0.13	88.40	1,060.80
Teléfono/ internet	4	19.00	76.00	912.00
TOTAL			466.90	5,602.80

Fuente: Elaboración Propia

Otro gastos indirecto es la depreciación, que a pesar de no constituir un desembolso de dinero representa un gasto, el cual se calcula mediante el método de línea recta y consiste en el desgaste que causan los activos fijos en su periodo de vida útil. A continuación se muestran los detalles

para su cálculo, es decir, el costo inicial del activo, su periodo de vida útil en años y el porcentaje que deprecian por año.

Tabla 66: Depreciación

DEPRECIACIÓN				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VIDA UTIL AÑOS	%	TOTAL ANUAL
Infraestructura (Construcción y adecuaciones)	35,000.00	20	5%	1,750.00
Vehículos	21,500.00	5	20%	4,300.00
Equipos de Cocina	9,740.00	10	10%	974.00
Equipos de Computación	1,640.00	3	33.33%	546.61
Equipos de Oficina	5,025.00	10	10%	502.50
Muebles y Enseres	23,560.00	10	10%	2,356.00
TOTAL	96,465.00			10,429.11

Fuente: Elaboración Propia

Por otra parte se tiene el gasto de la amortización, el cual se aplica para los activos fijos intangibles, entre los que se tiene el estudio de factibilidad, los gastos de constitución, los gastos para imprevistos y los gastos de publicidad. Su cálculo se efectúa utilizando el mismo procedimiento de la depreciación.

Tabla 67: Amortización

AMORTIZACIÓN				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VIDA UTIL AÑOS	%	TOTAL
Estudio de Factibilidad	700.00	5	20%	140.00
Gastos de Constitución	350.00	5	20%	70.00
Gastos de Imprevistos	4823.25	5	20%	964.65
Gastos de Publicidad	2550.00	5	20%	510.00
TOTAL	8423.25			1684.65

Fuente: Elaboración Propia

También se encuentran los gastos de salario del personal administrativo, el cual se muestra a continuación:

Tabla 68: Gastos de Administración

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN											
Cantidad	Cargo	Sueldo básico	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Aporte IECE	Aporte SECAP	Vacaciones	Total	Sueldo anual
			Sueldo /12	Sueldo b./12	Sueldo /12	11.15%	Sueldo*0.005	Sueldo*0.005	sueldo/24		
1	Gerente	1,300.00	108.33	30.50	108.33	144.95	6.50	6.50	54.17	1,759.28	21,111.40
1	Asistente Contable	700.00	58.33	30.50	58.33	78.05	3.50	3.50	29.17	961.38	11,536.60
1	Recepcionista	450.00	37.50	30.50	37.50	50.18	2.25	2.25	18.75	628.93	7,547.10
	Total	2,450.00	204.17	91.50	204.17	273.18	12.25	12.25	102.08	3,349.59	40,195.10

Fuente: Elaboración Propia

Además se registran los gastos financieros, que están constituidos por la amortización del préstamo, los cuales se les paga a una institución financiera y el interés correspondiente, considerando una tasa del 8.38% anual, tomando como referencia la tasa activa vigente en el Banco Central de Ecuador.

Tabla 69: Amortización del préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIODO	SALDO INICIAL	DIVIDENDO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERÉS	SALDO FINAL
					98.585,26
1	98.585,26	(20.132,04)	(19.443,59)	(688,45)	79.141,67
2	79.141,67	(20.132,04)	(19.579,37)	(552,67)	59.562,31
3	59.562,31	(20.132,04)	(19.716,10)	(415,94)	39.846,21
4	39.846,21	(20.132,04)	(19.853,78)	(278,26)	19.992,43
5	19.992,43	(20.132,04)	(19.992,43)	(139,61)	0,00

Fuente: Elaboración Propia

Seguidamente se muestra el presupuesto de costos y gastos, el cual se proyecta para un periodo de 5 años. Dicha proyección se efectúa considerando la tasa de inflación que se registra el Banco Central de Ecuador al cierre del año 2015, la cual es de un 3,38%.

Tabla 70: Presupuesto de costos y gastos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	364.725,53	377.053,25	389.797,65	402.972,81	416.593,29
Productos del Bar	31.560,00	32.626,73	33.729,51	34.869,57	36.048,16
Productos de Restaurante	234.000,00	241.909,20	250.085,73	258.538,63	267.277,23
Mano de Obra Directa	99.165,53	102.517,32	105.982,41	109.564,61	113.267,90
COSTOS INDIRECTOS	19.147,20	19.384,93	19.630,70	19.338,16	19.600,82
Suministros de Limpieza	470,64	486,55	502,99	519,99	537,57
Amenites	360,00	372,17	384,75	397,75	411,20
Suministros de Oficina	600,00	620,28	641,25	662,92	685,33
Servicios Basicos	5.602,80	5.792,17	5.987,95	6.190,34	6.399,58
Depreciación	10.429,11	10.429,11	10.429,11	9.882,50	9.882,50
Amortización	1.684,65	1.684,65	1.684,65	1.684,65	1.684,65
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	40.195,10	41.553,69	42.958,21	44.410,20	45.911,26
Sueldos de Administración	40.195,10	41.553,69	42.958,21	44.410,20	45.911,26
GASTOS FINANCIEROS	20.132,04	20.132,04	20.132,04	20.132,04	20.132,04
Amortización del préstamo	20.132,04	20.132,04	20.132,04	20.132,04	20.132,04
TOTAL COSTOS Y GASTOS	444.199,87	458.123,92	472.518,60	486.853,21	502.237,41

Fuente: Elaboración Propia

4.6.4 Proyección de ingresos

Para la proyección de ingresos se tiene en cuenta los ingresos por concepto de alojamiento, servicios del bar, servicios recreativos por los tour y excursiones ofrecidas, así como servicios de restaurante.

Los servicios por concepto de alojamiento se presupuestan teniendo en cuenta que la base turística de la Quinta San Francisco contará con 22 carpas con capacidad para 6 personas, las cuales tendrán un costo de 18.00 usd por día, las cuales se incrementarán hasta 50 en el año 5. además, se tiene en cuenta las temporadas altas y bajas, de 3 meses y 9 meses respectivamente.

Tabla 71: Ingresos por servicios de alojamiento del Año 1

INGRESO POR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO AÑO 1							
SERVICIO ALOJAMIENTO	Cantidad de carpas	Precio por día	Ingreso Mensual temporada Alta (100%)	Ingreso mensual temporada Baja (45%)	Ingreso Temporada alta (3 meses)	Ingreso Temporada baja (9 meses)	Ingreso Anual
Carpa	22	18,00	4.752,00	178,20	14.256,00	1.603,80	15.859,80
TOTAL			4.752,00	178,20	38.016,00	712,80	38.728,80

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 72: Ingresos por servicios de alojamiento del Año 2

INGRESO POR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO AÑO 2							
SERVICIO ALOJAMIENTO	Cantidad de carpas	Precio por día	Ingreso Mensual temporada Alta (100%)	Ingreso mensual temporada Baja (45%)	Ingreso Temporada alta (3 meses)	Ingreso Temporada baja (9 meses)	Ingreso Anual
Carpa	29	18,61	6.476,28	242,86	19.428,84	2.185,74	21.614,58
TOTAL			6.476,28	242,86	19.428,84	2.185,74	21.614,58

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 73: Ingresos por servicios de alojamiento del Año 3

INGRESO POR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO AÑO 3							
SERVICIO ALOJAMIENTO	Cantidad de carpas	Precio por día	Ingreso Mensual temporada Alta (100%)	Ingreso mensual temporada Baja (45%)	Ingreso Temporada alta (3 meses)	Ingreso Temporada baja (9 meses)	Ingreso Anual
Carpa	36	19,24	8.311,68	311,69	24.935,04	2.805,19	27.740,23
TOTAL			8.311,68	311,69	24.935,04	2.805,19	27.740,23

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 74: Ingresos por servicios de alojamiento del Año 4

INGRESO POR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO AÑO 4							
SERVICIO ALOJAMIENTO	Cantidad de carpas	Precio por día	Ingreso Mensual temporada Alta (100%)	Ingreso mensual Temporada Baja (45%)	Ingreso Temporada alta (3 meses)	Ingreso Temporada baja (9 meses)	Ingreso Anual
Carpa	43	19,89	10.263,24	384,87	30.789,72	3.463,84	34.253,56
TOTAL			10.263,24	384,87	30.789,72	3.463,84	34.253,56

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 75: Ingresos por servicios de alojamiento del Año 5

INGRESO POR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO AÑO 5							
SERVICIO ALOJAMIENTO	Cantidad de carpas	Precio por día	Ingreso Mensual temporada Alta (100%)	Ingreso mensual Temporada Baja (45%)	Ingreso Temporada alta (3 meses)	Ingreso Temporada baja (9 meses)	Ingreso Anual
Carpa	50	20,56	12.336,00	462,60	37.008,00	4.163,40	41.171,40
TOTAL			12.336,00	462,60	37.008,00	4.163,40	41.171,40

Fuente: Elaboración Propia

Los ingresos por concepto de servicios del bar se tienen considerando la venta de los siguientes productos:

Tabla 76: Ingresos por servicios del bar

INGRESO POR SERVICIOS DEL BAR					
PRODUCTOS	CANTIDAD MENSUAL	COSTO	COSTO DE VENTA	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
Vino Tinto 1 botella	10	13.00	15.50	155.00	1,860.00
Champagne 1 botella	10	13.00	15.00	150.00	1,800.00
Cerveza Heineken	200	1.00	2.50	500.00	6,000.00
Cerveza Corona	200	1.00	2.50	500.00	6,000.00
Cerveza Nacional	300	0.80	2.00	600.00	7,200.00
Agua Mineral	600	0.30	0.50	300.00	3,600.00
Agua con gas	600	0.60	0.80	480.00	5,760.00
Gaseosas	600	0.80	1.20	720.00	8,640.00
Galletas (24 unid)	50	3.20	4.00	200.00	2,400.00
Chocolates (24unid)	50	5.00	6.00	300.00	3,600.00
Paquetes Snacks (36 unid)	50	3.60	4.50	225.00	2,700.00
TOTAL				4,130.00	49,560.00

Fuente: Elaboración Propia

Además, se presentan los ingresos por concepto de recreación, donde se encuentran los tour y visitas guiadas. Para ello se considera la participación de alrededor de 120 turistas diarios optando por la oferta de los 4 tour que se ofrecen, se estima que el ingreso sea de alrededor de 5.00 usd diarios por persona. Además, se tiene en cuenta que en la temporada alta, considerada 3 meses en el año, la visitarán el 100 % de los turistas mientras que, en la temporada baja, considerada 9 meses en el año, la visitarán el 45 % de los turistas.

Tabla 77: Ingresos por servicios de recreación

INGRESO POR SERVICIO DE RECREACION							
SERVICIO	CANTIDAD DE PERSONAS POR DIA	PRECIO	Ingreso Mensual temporada Alta (100%)	Ingreso mensual Temporada Baja (45%)	Ingreso Temporada alta (3 meses)	Ingreso Temporada baja (9 meses)	TOTAL ANUAL
Tour y excursiones	120	5,00	18.000,00	8.100,00	54.000,00	72.900,00	126.900,00

Fuente: Elaboración Propia

Otros ingresos se registran a causa de los servicios de restaurante, donde se estima que como mínimo hagan uso de este servicio una vez por día un total de 180 turistas y consuman como promedio.

Tabla 78: Ingresos por servicios de restaurante

INGRESO POR SERVICIO DEL RESTAURANTE					
PRODUCTOS	CANTIDAD DE CLIENTES	CONSUMO DIARIO	VENTA DIARIA	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
Alimentación	180	5	900.00	27000.00	324000.00

Fuente: Elaboración Propia

Los ingresos totales se proyectan considerando todos los servicios ofertados por la base turística de la Quinta San Francisco, considerando para los siguientes años la tasa de inflación de 3.38% que registra el Banco Central de Ecuador al cierre del año 2015.

Tabla 79: Proyección de ingresos totales

INGRESOS TOTALES					
DESCRIPCIÓN/SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO	15.859,80	21.614,58	27.740,23	34.253,56	41.171,40
BAR	49.560,00	51.235,13	52.966,88	54.757,16	56.607,95
EXCURSIONES	126.900,00	131.189,22	135.623,42	140.207,49	144.946,50
RESTAURANTE	324.000,00	334.951,20	346.272,55	357.976,56	370.076,17
TOTAL	516.319,80	538.990,13	562.603,07	587.194,77	612.802,02

Fuente: Elaboración Propia

4.6.5 Estados financieros

A través de la proyección de los estados financieros se puede evaluar el comportamiento que tendrá el proyecto en cuanto a la situación económica y financiera para un periodo de tiempo establecido. Dentro de los estados financieros se tiene el estado de ganancias y pérdidas o estado de resultado, donde se registran las utilidades de un periodo dado. El balance general o estado de situación refleja la posición financiera, mostrando la situación de las cuentas reales, es decir, el activo, pasivo y capital o patrimonio. Mientras que el flujo de caja o presupuesto de efectivo muestra las entradas y salidas de efectivo durante un periodo determinado causadas por los ingresos, gastos e inversiones.

Tabla 80: Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
<u>ACTIVOS</u>	
Corrientes	59.420,52
Efectivo	36.508,52
Inventarios	22.912,00
Tangibles	96.465,00
Infraestructura (Construcción y adecuaciones)	35.000,00
Vehículo	21.500,00
Equipos de Cocina	9.740,00
Equipos de Oficina	5.025,00
Equipos de computación	1.640,00
Muebles y Enseres	23.560,00
Intangibles	8.423,25
Estudio de Factibilidad	700,00
Gastos de Constitución	350,00
Imprevistos	4.823,25
Gastos de Publicidad	2.550,00
TOTAL ACTIVOS	164.308,77
<u>PASIVO</u>	
A corto Plazo	
Proveedores	-
A largo plazo	
Préstamo Bancario	98.585,26
TOTAL DE PASIVO	-
<u>PATRIMONIO</u>	
Capital social	65.723,51
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	164.308,77

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 81: Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO						
CONCEPTO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	INGRESOS	516.319,80	538.990,13	562.603,07	587.194,77	612.802,02
(-)	COSTO DE VENTAS	364.725,53	377.053,25	389.797,65	402.972,81	416.593,29
=	UTILIDAD BRUTA	151.594,27	161.936,88	172.805,42	184.221,96	196.208,73
(-)	GASTOS INDIRECTOS	19.147,20	19.384,93	19.630,70	19.338,16	19.600,82
(-)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	40.195,10	41.553,69	42.958,21	44.410,20	45.911,26
=	UTILIDAD OPERACIONAL	111.399,17	120.383,19	129.847,21	139.811,76	150.297,46
(-)	GASTOS FINANCIEROS	20.132,04	20.132,04	20.132,04	20.132,04	20.132,04
=	UTILIDAD ANTES DE REPARTO	91.267,13	100.251,15	109.715,17	119.679,72	130.165,42
(-)	15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	13.690,07	15.037,67	16.457,28	17.951,96	19.524,81
=	UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	77.577,06	85.213,47	93.257,90	101.727,76	110.640,61
(-)	22 % IMPUESTO A LA RENTA	17.066,95	18.746,96	20.516,74	22.380,11	24.340,93
=	UTILIDAD NETA	60.510,11	66.466,51	72.741,16	79.347,65	86.299,68

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 82: Presupuesto de efectivo

PRESUPUESTO DE EFECTIVO							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Iniciales							
	Capital de Trabajo	(36.508,52)					
	Compra de Activos	(104.888,25)					
	Utiles y menaje	(22.912,00)					
Flujos Operacionales							
	Ingresos		516.319,80	538.990,13	562.603,07	587.194,77	612.802,02
(-)	Gastos		444.199,87	458.123,92	472.518,60	486.853,21	502.237,41
	Utilidades antes Reparto		72.119,93	80.866,21	90.084,48	100.341,56	110.564,61
(-)	Reparto a los trabajadores (15%)		10.817,99	12.129,93	13.512,67	15.051,23	16.584,69
	Utilidades antes de Impuesto		61.301,94	68.736,28	76.571,80	85.290,33	93.979,91
(-)	Impuestos (22%)		13.486,43	15.121,98	16.845,80	18.763,87	20.675,58
	Utilidades después de Impuesto		47.815,51	53.614,30	59.726,01	66.526,46	73.304,33
(+)	Readicción de la Depreciación		10.429,11	10.429,11	10.429,11	9.882,50	9.882,50
(+)	Readicción de la Amortización		1.684,65	1.684,65	1.684,65	1.684,65	1.684,65
	Flujos de Efectivo Operacionales		59.929,28	65.728,06	71.839,77	78.093,61	84.871,48
Flujos Finales							
(+)	Valor de Salvamento						45.412,50
(+)	Recuperación de Capital de Trabajo						141.162,76
	Flujo de Efectivo Total	(164.308,77)	59.929,28	65.728,06	71.839,77	78.093,61	271.446,75

Fuente: Elaboración Propia

El valor de salvamento muestra el monto que poseen los activos considerando la vida útil de los mismos, teniendo en cuenta que se realizó una estimación para 5 años se tienen los siguientes valores:

Tabla 83: Valor de salvamento

VALOR DE SALVAMENTO			
Activos Fijos	Costo Inicial	Dep. Anual	Valor Salv.
Infraestructura (Construcción y adecuaciones)	35,000.00	1,750.00	26,250.00
Vehículo	21,500.00	4,300.00	0.00
Equipos de Cocina	9,740.00	974.00	4,870.00
Equipos de Oficina	1,640.00	546.61	0.00
Equipos de computación	5,025.00	502.50	2,512.50
Muebles y Enseres	23,560.00	2,356.00	11,780.00
TOTAL	96,465.00	10,429.11	45,412.50

Fuente: Elaboración Propia

4.7.5 Evaluación financiera

4.7.5.1 Valor Actual Neto (VAN)

La evaluación financiera se realiza a través de indicadores financieros que permiten determinar la situación financiera por la que transitará el proyecto. Entre estos se tiene el Valor Actual Neto (VAN).

Según Lara (2010) el Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto es una medida del beneficio que rinde un proyecto de inversión a través de toda su vida útil. Al cual lo define como: “el valor presente de su flujo de ingresos futuros menos el valor presente de su flujo de costos. Es un monto de dinero equivalente a la suma de los flujos de ingresos netos que generará el proyecto en el futuro” (pág. 14).

Un proyecto es viable económicamente cuando el VAN no sea negativo, es decir ($VAN \geq 0$); y ante la presencia de más de una alternativa de decisión, se tomaría aquella que arroje mayor VAN.

Su cálculo se realiza a través de la siguiente ecuación:

$$VAN = -I + \frac{FC1}{(1+k)^1} + \frac{FC2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FCn}{(1+k)^n}$$

Dónde:

I= Costo Inicial de inversión

FC= Flujo de caja

n= Período de vida útil

k= Tasa de descuento.

La tasa de descuento representa la rentabilidad mínima que se espera obtener en un proyecto. Para fijar dicha tasa, es preciso realizar comparaciones en base al comportamiento de los niveles de rentabilidad que tiene la rama de la economía del sector al que pertenece, teniendo en cuenta criterios de expertos y especialistas (Lara, 2010). Para la evaluación de este proyecto se determina que la tasa de descuento sea del 10%.

Tabla 84: Valores de la inversión y flujo de caja

Años	Inversión	Flujo de Caja	Saldo Acumulado
0	(164.308,77)	(164.308,77)	(164.308,77)
1		59.929,28	(104.379,49)
2		65.728,06	(38.651,43)
3		71.839,77	33.188,34
4		78.093,61	111.281,94
5		271.446,75	382.728,69

Fuente: Elaboración Propia

VAN= \$ 220 353,44 debido a que este es mayor que cero, el proyecto se considera viable económicamente.

4.7.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tasa Interna de Retorno (TIR): es una medida de la rentabilidad de una inversión, mostrando cuál sería la tasa de Interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias. Son todos los flujos de fondo del proyecto, se define operacionalmente como la tasa que mide la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales. El criterio de la TIR evalúa el proyecto en

función de una única tasa de rendimiento por el periodo con la cual la totalidad de beneficios actualizados son exactamente iguales a los costos expresados en moneda actual (Myers Brealey, 2012).

Su cálculo se realiza a través de la siguiente ecuación:

$$TIR = \frac{K1 + VANp(k2 - k1)}{VANp + /VANn/}$$

Dónde:

k1: Tasa de descuento a la cual se obtiene el último VAN positivo

VAN p: VAN positivo a la tasa k1

k2: Tasa a la que se obtiene el VAN negativo

VAN n: VAN negativo a la tasa k2

Tabla 85: Tasa para el cálculo del VAN

TASA	VAN
10%	220.353,44
42%	1.804,46
43%	(1.620,40)

Fuente: Elaboración Propia

TIR = 0,425 (42,5%): dicho resultado refleja que por cada unidad monetaria comprometida anualmente en el proyecto se obtienen 0.425 centavos, sin tener en cuenta el costo de oportunidad del capital.

4.7.5.3 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Período de Recuperación de la Inversión (PRI): es un método financiero que su cálculo permite determinar en qué tiempo se recuperará la inversión. Es un indicador que permite medir la liquidez de un proyecto y el riesgo relativo (Vaquiro, 2013).

Su cálculo se realiza a través de la siguiente ecuación:

$$PRI = tn + \frac{/SA1/}{/SA1/+SA2} - m$$

Dónde:

tn: número de años con efecto negativo en el saldo acumulado

SA₁: Valor absoluto del último año con efecto negativo en el saldo acumulado

SA₂: Valor del primer año con efecto positivo en el saldo acumulado

m: Número de años que dura la inversión

Tabla 86: Valores para el cálculo del PRI

Años	Inversión	Flujo de Caja	Saldo Acumulado
0	(164.308,77)	(164.308,77)	(164.308,77)
1		59.929,28	(104.379,49)
2		65.728,06	(38.651,43)
3		71.839,77	33.188,34
4		78.093,61	111.281,94
5		271.446,75	382.728,69

Fuente: Elaboración Propia

PRI = 2,54 por tanto, la inversión se recupera al cabo de 2 años, 6 meses y 18 días aproximadamente.

CONCLUSIONES

1. El turismo es considerado una actividad que ha alcanzado un desarrollo cuantioso en los últimos años que genera importantes flujos de recursos económicos. El turismo rural en Ecuador es una alternativa de turismo, siempre que se practique de manera responsable y basado en buenas prácticas de turismo sostenible, por lo que el gobierno ha incentivado y apoyado las iniciativas de emprendimiento que contribuyan al desarrollo socioeconómico a través de nuevas ideas y proyectos para el turismo rural y comunitario.
2. En la revisión de la literatura no existen diversas obras referentes al cantón Chambo, que propiciara detalles acerca del turismo en la zona, lo cual se constituye como una limitante de la investigación.
3. El diagnóstico situacional realizado en la Quinta San Francisco en cuanto al desarrollo del turismo en la zona, se puede apreciar que no posee un desarrollo marcado a pesar de poseer diversos atractivos turísticos, pues no cuenta con suficientes infraestructuras que oferten servicios para el crecimiento del sector.
4. El análisis de los factores FODA, tanto internos como externos permitieron evaluar la situación actual que presenta el Cantón Chambo para el desarrollo de actividades turísticas, lo cual refleja que existen grandes posibilidades de invertir en el sector turístico explotando las potencialidades de la Quinta San Francisco.
5. El estudio de la oferta y demanda apunta que la idea de crear una base turística que brinde servicios turísticos en un medio rural, en este caso en la Quinta San Francisco, la cual tendrá una adecuada aceptación por los turistas tanto nacionales como internacionales, presentándose una alta demanda insatisfecha, por lo que el proyecto que se propone se insertará en el mercado con el objetivo de cubrir gran parte de esta demanda que se presenta en la actualidad.
6. El diseño de un producto turístico aprovechando las potencialidades turísticas de la Quinta San Francisco representa un acercamiento al entorno rural, propiciando el intercambio directo con la naturaleza deseado por los turistas.

7. Los resultados de la evaluación económica y financiera indican que el proyecto será viable económicamente, pues el cálculo de los indicadores financieros refleja resultados positivos.

RECOMENDACIONES

1. Presentar la propuesta sobre el diseño del producto turístico efectuada a las autoridades municipales y provinciales con el propósito de involucrar a todos en dicho proyecto para su lograr su aprobación y puesta en marcha como alternativa para el desarrollo del turismo rural en el Cantón, propiciando además, el desarrollo económico y local de la región.
2. Evaluar la competencia en el sector turístico y determinar los factores que poseen mayor incidencia y que pudiesen limitar el desarrollo del proyecto para así actuar en consecuencia y proponer alternativas positivas.
3. Considerar el resultado que se obtuvo a partir del análisis de la oferta y demanda teniendo presente los preceptos identificados para satisfacer el comportamiento de la demanda futura.
4. Utilizar diversos medios publicitarios como estrategia para dar a conocer el producto turístico ofertado en la Quinta San Francisco.

BIBLIOGRAFIA

- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2015). *Cantón Chambo*. Chimborazo.
- Boullón, R. (2010). *Planificación del espacio turístico*. Mexico D.F: Trillas. 5 ta edición.
Obtenido de sitio web: <https://dedona.files.wordpress.com>
- Correa Velez, M. E. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA UBICACIÓN DE UNA AGENCIA DEL BANCO COOPNACIONAL S.A EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. . Guayaquil: Universidad Santiago de Guayaquil.
- Crosby, A. (2009). *Re-inventando el turismo rural. Gestión y desarrollo*. Barcelona: Laertes.
- GAD. (2013). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Chambo*. Chimborazo.
- GADPCH. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Chimborazo*. Chimborazo.
- GADPCH. (2011). *Plan de Turismo para el Buen Vivir de la Provincia Chimborazo*. Chimborazo. Obtenido de <http://docplayer.es/2156864-Plan-de-turismo-para-el-buen-vivir-de-la-provincia-chimborazo.html>
- García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, 113-133.
- García, T., & Grande, I. (2005). *El diseño de la oferta de turismo rural. Una aplicación a la Comunidad Foral de Navarra*. Navarra: Esic Market.
- Garduño M, M., Guzmán H, C., & Zizumbo V, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable*, 5-30.
- González, M. E. (2008). *Turismo Rural en Ecuador*. Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura.

Guereña, A. (2004). Fortalecimiento Institucional de las Organizaciones Socias del. *Indeco*, 36.

INEC. (2015). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda>

Lafraya, S. (1992). *Turismo Rural y Naturaleza*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

Lara, B. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión paso a paso*. Quito: Oseas Espín .

Mangano. (2005). *El turismo en los espacios naturales protegidos*. Barcelona: Universitat de Girona.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *La experiencia turística en el Ecuador*.

Ministerio del Turismo. (2015). *Resultados del 2015, año de la Calidad Turística en Ecuador*. Quito.

Myers Brealey, A. (2012). *Principios de finanzas corporativas* . España: Mc Graw Hill.

Nova, G., Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (2012). *Manual del Emprendedor de turismo Rural*. Chile: Instituto de Turismo, Universidad Austral de Chile.

Organizacion Mundial del Turismo. (2002). *Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad* . Jaen: Madrid.

Román , F., & Ciccolella, M. (2009). *Turismo Rural en la Argentina. Conceptos, situación y perspectivas* . Argentina: IICA.

Sancho , A., & Buhalis , D. (2009). *Introduccion al turismo* . Madrid: Organización Mundial del Turismo .

Sierra , R. (1999). *Propuesta Preliminar de un Sistema de Clasificación de Vegetación para el Ecuador Continental*. Quito, Ecuador : Rimana.

Sistema Nacional de Información. (2013). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Chambo*. Obtenido de <http://app.sni.gob.ec/sni->

link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0660001680001/PDyOT/19062013_123409_P
DOT%20Chambo%20Consolidado%20Final%20%28Sin%20fotos%292.pdf

UNWTO. (2015). International tourism's sixth straight year of growth . *UNWTO Annual Report 2015*, 15.

Vaquiro, J. D. (5 de 12 de 2013). *Periodo de recuperación de la inversión - PRI*. Recuperado el 12 de 10 de 2015, de Periodo de recuperación de la inversión - PRI: http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/pos/AN/PI/AM/10/Periodo.pdf

Viñals, M. (2010). *Turismo rural: Teoría, casos y análisis del impacto económico-ambiental*. México: Limusa.

Yucta , P. (2002). *Diseño y formulación de proyectos ecoturísticos*. Riobamba: Local Provincial Nacional Internacional.

ANEXOS

Anexos: Inventarios de atractivos turísticos

- **ATRACTIVO N°1:**

1. DATOS GENERALES

- 1.1.**Encuestador:** Danny Gamboa
1.2.**Evaluador:**
1.3.**Fecha:** 24/10/2016
1.4.**Nombre del Atractivo:** Lagunas de Rocón.
1.5.**Categoría:** Sitios Naturales
1.6.**Tipo:** Ambiente Lacustre
1.7.**Subtipo:** Laguna



2. UBICACIÓN

- 2.1.**Provincia:** Chimborazo
2.2.**Ciudad:** Chambo
2.3.**Localidad:** Comunidad de Guaractús
- Longitud : 78°34'29" O
- Latitud: 1°45'03" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

- 3.1.**Nombre del poblado:** Chambo (Centro)
3.2.**Distancia:** 6.5km.
3.3.**Nombre del poblado:** Riobamba
3.4.**Distancia:** 14km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

- 4.1.**Altitud:** 3110msnm.
4.2.**Temperatura:** 2°c a 16°c.
4.3.**Precipitación Pluviométrica:** 1000mm.
4.4.**Descripción del atractivo:**

El atractivo se sitúa en un ambiente natural que mantiene un relativo nivel de conservación, está conformado por dos lagunas, a su alrededor se puede observar algunos potreros en donde se encuentra la presencia de ganado vacuno y equino.

El paisaje se caracteriza por ser andino, la presencia de montañas alrededor con su vegetación particular, la fuente de agua de las lagunas son los pequeños riachuelos formados por el excedente de agua de los potreros de las zonas más altas y también por la lluvia.

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del bosque húmedo montano, su vegetación es arbustiva, se puede encontrar la presencia de *Baccharis latifolia*, *Polylepis incana*, *Myrcianthes sp.*

En determinada época del año es posible encontrar por los alrededores de la laguna especies migratorias de zambullidores, gaviotas y avefría andina, es común encontrarse con conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*) por la zona.

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas, cabalgatas, fotografía del entorno, campamentos

5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

5.1.Estado: En proceso de deterioro.

5.2.Causas: El atractivo muestra un deterioro muy grave, producido por la presencia de “lechuguines”, una especie de planta que ha cubierto gran parte de las lagunas, generando una pérdida considerable de su belleza paisajística.

6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO

6.1.Estado: En proceso de deterioro.

6.2.Causas: La principal causa de que este atractivo siendo alterado es el desarrollo y crecimiento de la frontera agrícola, como también la presencia de ganado el cual consume la vegetación original del lugar.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1.Tipo: Terrestre

7.2.Subtipo: Asfaltado y Lastrado

7.3.Estado de vías: El asfalto es bueno en sus 4,5km y el lastrado es regular en sus 2km.

7.4.Transporte: Automóvil, 4X4, bicicleta y caballo.

7.5.Frecuencia: Diaria.

7.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.

8. FACILIDADES TURISTICAS

<p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística adecuada, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 5km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás. O también se puede contar con la planta turística de la ciudad de Riobamba que se ubica a 14km del atractivo, la cual cuenta con una oferta más completa</p>																														
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA 9.1.Agua: No existe 9.2.Energía Eléctrica: No existe. 9.3.Alcantarillado: No existe.</p>																														
<p>10. DIFUSION DEL ATRACTIVO 10.1. Difusión: Local.</p>																														
<p>11. VALORACION DEL ATRACTIVO</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLE</th> <th>FACTOR</th> <th>PUNTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">CALIDAD</td> <td>a) Valor intrínseco</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>b) Valor extrínseco</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>c) Entorno</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>d) Estado de Conservación y/o organización.</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">APOYO</td> <td>a) Acceso</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>b) Servicios</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>c) Asociación con otros atractivos</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">SIGNIFICADO</td> <td>a) Local</td> <td rowspan="4">4</td> </tr> <tr> <td>b) Provincial</td> </tr> <tr> <td>c) Nacional</td> </tr> <tr> <td>d) Internacional</td> </tr> <tr> <td colspan="2">TOTAL</td> <td>50</td> </tr> </tbody> </table>			VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	CALIDAD	a) Valor intrínseco	10	b) Valor extrínseco	10	c) Entorno	7	d) Estado de Conservación y/o organización.	4	APOYO	a) Acceso	8	b) Servicios	6	c) Asociación con otros atractivos	1	SIGNIFICADO	a) Local	4	b) Provincial	c) Nacional	d) Internacional	TOTAL		50
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS																												
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10																												
	b) Valor extrínseco	10																												
	c) Entorno	7																												
	d) Estado de Conservación y/o organización.	4																												
APOYO	a) Acceso	8																												
	b) Servicios	6																												
	c) Asociación con otros atractivos	1																												
SIGNIFICADO	a) Local	4																												
	b) Provincial																													
	c) Nacional																													
	d) Internacional																													
TOTAL		50																												
<p>12. JERARQUIZACION 12.1. II</p>																														

• **ATRACTIVO N°2**

<p>1. DATOS GENERALES</p>

- 1.1.Encuestador:** Danny Gamboa
1.2.Evaluador:
1.3.Fecha: 24/10/2016
1.4.Nombre del Atractivo: Aguas termales de Aguallanchi
1.5.Categoría: Sitios Naturales
1.6.Tipo: Aguas Subterráneas
1.7.Subtipo: Aguas termales



2. UBICACIÓN

- 2.1.Provincia:** Chimborazo
2.2.Ciudad: Chambo
2.3.Localidad: Comunidad de San Francisco
- Longitud : 78°32'47" O
- Latitud: 1°47'27" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

- 3.1.Nombre del poblado:** Comunidad de San Francisco
3.2.Distance: 5,5km.
3.3.Nombre del poblado: Chambo (Centro)
3.4.Distance: 7km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

- 4.1.Altitud:** 3245msnm.
4.2.Temperatura: 2°C a 16°C.
4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.
4.4.Descripción del atractivo:

Las Aguas termales de Aguallanchi se ubican a 30 minutos del parque central de la cabecera cantonal, tomando la vía asfaltada 18 de Marzo con dirección a Guayllabamba.

El presente atractivo se sitúa dentro de un relieve irregular, marcado principalmente por la presencia de la cordillera montañosa de los Cubillines. El balneario cuenta con 3 piscinas de agua subterránea de origen volcánico, con presencia de minerales como azufre

y fosforo, por ello se le atribuyen poderes curativos, además cuenta con servicios como baños, duchas y zonas verdes.

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del bosque húmedo montano el cual posee similitud con el bosque nublado en cuanto a su fisonomía y a la cantidad de musgos y plantas epífitas, además su suelo puede llegar a estar parcialmente cubierto por una densa capa de musgo y los árboles que aquí yacen tienden a crecer irregularmente, siendo ésta la fisonomía típica de los bosques alto andinos, con troncos ramificados desde la base y en algunos casos muy inclinados o casi horizontales.

Dentro de su flora más representativa tenemos: *Oreopanax sp*, *Myrcianthes sp.*, *Baccharis latifolia*, *Polylepis incana*, *Passiflora tarminiana*.

Con respecto a su fauna se ha identificado la presencia de : *Mustela frenata*, *Didelphis pernigra* , *Gastrotheca riobambae*, *Pristimantis unistrigatus*, *Columba livia*, *Sylvilagus brasiliensis*

El ingreso al atractivo está limitado al horario de atención que va desde las 4am. Hasta las 5pm., la cancelación del ingreso al balneario que tiene un costo de 1,50 por persona, además se solicita ubicar los desperdicios en las zonas adecuadas con el afán de no alterar el entorno. Se restringe el ingreso con mascotas.

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo y además de hacer uso de este, se puede realizar caminatas por senderos autoguiados, avistamiento de aves, fotografía del entorno.

5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

5.1.Estado: En proceso de deterioro.

5.2.Causas: La principal causa de que este atractivo se esté deteriorando es la falta de atención en su mantenimiento por parte de los administradores. Se sabe que existe una disputa en el manejo de este atractivo por parte de la población local, esto también afecta a la conservación y cuidado del mismo.

6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO

6.1.Estado: Alterado

6.2.Causas: El manejo deficiente con el atractivo fomenta su afectación al entorno ya que no existe delimitación fija y la presencia de varios caminos creados por los visitantes altera la estabilidad del entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

<p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Asfaltado, lastrado</p> <p>7.3.Estado de vías: Bueno, Regular.</p> <p>7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.</p>																																					
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 7km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación típica de la zona y demás.</p>																																					
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: Entubada.</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.</p> <p>9.3.Alcantarillado: Pozo séptico.</p>																																					
<p>10. DIFUSION DEL ATRACTIVO</p> <p>10.1. Difusión: Provincial.</p>																																					
<p>11. VALORACION DEL ATRACTIVO</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLE</th> <th>FACTOR</th> <th>PUNTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">CALIDAD</td> <td>a) Valor intrínseco</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>b) Valor extrínseco</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Entorno</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>d) Estado de Conservación y/o organización.</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>8</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">APOYO</td> <td>a) Acceso</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>b) Servicios</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Asociación con otros atractivos</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">SIGNIFICADO</td> <td>a) Local</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b) Provincial</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Nacional</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>d) Internacional</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>TOTAL</td> <td>61</td> </tr> </tbody> </table>			VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	CALIDAD	a) Valor intrínseco	12	b) Valor extrínseco		c) Entorno	11	d) Estado de Conservación y/o organización.	7		8	APOYO	a) Acceso	8	b) Servicios		c) Asociación con otros atractivos	7		1	SIGNIFICADO	a) Local		b) Provincial		c) Nacional	7	d) Internacional			TOTAL	61
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS																																			
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12																																			
	b) Valor extrínseco																																				
	c) Entorno	11																																			
	d) Estado de Conservación y/o organización.	7																																			
		8																																			
APOYO	a) Acceso	8																																			
	b) Servicios																																				
	c) Asociación con otros atractivos	7																																			
		1																																			
SIGNIFICADO	a) Local																																				
	b) Provincial																																				
	c) Nacional	7																																			
	d) Internacional																																				
	TOTAL	61																																			
<p>12. JERARQUIZACION</p> <p>12.1. III</p>																																					

• **ATRACTIVO N°3**

1. DATOS GENERALES

1.1.Encuestador: Danny Gamboa

1.2.Evaluador:

1.3.Fecha: 25/10/2016

1.4.Nombre del Atractivo: Los Cubillines.

1.5.Categoría: Sitios Naturales

1.6.Tipo: Montaña

1.7.Subtipo: Alta Montaña



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Zona alta del cantón

- Longitud : 78°35'47" O

- Latitud: 1°44'27" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Chambo

3.2.Distancia: 13,5km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 4360msnm

4.2.Temperatura: 2°c a 16°c.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

Los Cubillines se encuentran a 13 km al este de la cabecera cantonal, el ingreso en vehículo se lo puede realizar hasta la Hacienda de los señores Oviedo, tomando el camino asfaltado 18 de Marzo con dirección a Guayllabamba, hasta el desvío señalado a la izquierda con dirección a los Cubillines.

El presente atractivo se sitúa dentro de un relieve irregular, marcado principalmente por la presencia del sistema montañoso de los Cubillines, que lleva el mismo nombre del atractivo, forma parte de la cordillera oriental de los Andes. Se sitúa próximo a la zona

<p>alta del Parque nacional Sangay y su entorno es rico en agua principalmente ya que de aquí se toma el agua para abastecimiento del cantón.</p> <p>La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del Bosque montano alto con transición al paramo de pajonal el cual alberga fauna del lugar de los cuales se han identificado especies de aves pertenecientes a la familia Trochillidae, accipitridae, tiranidae, mamíferos como la Raposa (<i>Mustela frenata</i>), conejos silvestres (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), zarigüeya (<i>Didelphis pernigra</i>), anfibios como la Rana Marsupial (<i>Gastrotheca riobambae</i>) y el cutin común (<i>Pristimantis unistrigatus</i>).</p> <p>Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos auto guiados, cabalgatas, andinismo, ciclismo de montaña, avistamiento de aves, fotografía del entorno.</p>
<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>5.1.Estado: Conservado.</p> <p>5.2.Causas: el atractivo como tal se encuentra conservado, esto se debe a que su acceso es limitado por la naturaleza misma.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <p>6.1.Estado: Alterado</p> <p>6.2.Causas: La principal causa de que este atractivo siendo alterado es el desarrollo y crecimiento de la frontera agrícola, como también la presencia de ganado vacuno el cual no tiene buena relación con el entorno en donde se localiza.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> <p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Asfaltado, lastrado, Sendero</p> <p>7.3.Estado de vías: Bueno, Regular. Bueno</p> <p>7.4.Transporte: 4X4, automóvil, bicicleta y caballo.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.</p>
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 13,5km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás. O también se puede contar con la planta turística de la ciudad de Riobamba que se ubica a 20km del atractivo.</p>
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: No existe</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: No existe.</p> <p>9.3.Alcantarillado: No existe.</p>

10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1. Nombre del atractivo: Los Quilimas		
10.2.Distancia: 2km		
11. DIFUSION DEL ATRACTIVO		
11.1. Difusión: Provincial.		
12. VALORACION DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	11
	d) Estado de Conservación y/o organización.	8
		8
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	5
		3
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	61
13. JERARQUIZACION		
13.1. III		

• **ATRACTIVO N°4**

1. DATOS GENERALES 1.1.Encuestador: Danny Gamboa 1.2.Evaluador: 1.3.Fecha: 26/10/2016 1.4.Nombre del Atractivo: Pajonal de Titaycun 1.5.Categoría: Sitios Naturales 1.6.Tipo: Bosques 1.7.Subtipo: Páramo
--



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Comunidad de Titaycun

- Longitud : 78°35'13" O

- Latitud: 2°08'50" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Chambo

3.2.Distancia: 15km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 3700msnm en adelante.

4.2.Temperatura: 2°c a 16°c.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

El bosque se encuentra al este de la cabecera cantonal, en la Comunidad de Titaycun, posee una extensión aproximada de 67 ha ya que es parte del bosque primario Leonán de Llucud. El bosque por encontrarse por encima de los 3000 msnm se lo puede considerar como un mirador natural donde se pueden observar los cantones, Guano y Riobamba.

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte de la zona del páramo herbáceo que se caracteriza por estar dominados por hierbas en penacho (manejo) de los géneros *Calamagrostis* y *Festuca*, generalmente entremezclados con otras hierbas y pequeños arbustos y algunas especies, como por ejemplo *Calamagrostis effusa*

Dentro de su flora más representativa tenemos: *Oreopanax sp*, *Myrcianthes sp.*, *Baccharis latifolia*, *Polylepis incana*, *Passiflora tarminiana*, *Buddleja incana*, *Cederla odorata*. Con respecto a su fauna se ha identificado la presencia de : *Mustela frenata*, *Didelphis*

<p><i>pernigra</i> , <i>Gastrotheca riobambae</i>, <i>Pristimantis unistrigatus</i>, <i>Columba livia</i>, <i>Buteo polyosoma</i>, <i>Lesbia victoriae</i>, <i>Sylvilagus brasiliensis</i></p> <p>El ingreso se lo debe hacer solicitando permiso a los representantes de la comunidad de Titaycun.</p> <p>Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos guiados, cabalgatas, fotografía del entorno.</p>
<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>5.1.Estado: Conservado.</p> <p>5.2.Causas: El atractivo como tal se encuentra conservado, esto se debe a que su acceso es limitado por la naturaleza misma y no recibe una demanda significativa, además es considerada la única zona protegida del cantón.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <p>6.1.Estado: Conservado</p> <p>6.2.Causas: El interés por mantener esta zona intacta por parte de los comuneros, mantiene un entorno conservado.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> <p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Asfalto. Lastrado. Sendero</p> <p>7.3.Estado de vías: Bueno. Regular. Regular</p> <p>7.4.Transporte: 4X4, automóvil, bicicleta y caballo.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.</p>
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 15km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás. O también se puede contar con la planta turística de la ciudad de Riobamba que se ubica a 20km del atractivo.</p>
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: No existe</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: No existe.</p> <p>9.3.Alcantarillado: No existe.</p>
<p>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>10.1. Nombre del atractivo: Bosque Primario Leonán de LLucud</p> <p>10.2.Distance: 1,5km</p>
<p>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</p>

11.1. Difusión: Local.		
12. VALORACION DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	11
	d) Estado de Conservación y/o organización.	9
		9
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	4
		3
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	4
	d) Internacional	
	TOTAL	58
13. JERARQUIZACION		
13.1. III		

• **ATRACTIVO N°5**

1. DATOS GENERALES 1.1.Encuestador: Danny Gamboa 1.2.Evaluador: 1.3.Fecha: 26/10/2016 1.4.Nombre del Atractivo: Bosque Primario Leonán de LLucud. 1.5.Categoría: Sitios Naturales 1.6.Tipo: Bosques 1.7.Subtipo: Bosque nublado oriental



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Comunidad San Pedro de LLucud

- Longitud : 78°35'1" O

- Latitud: 1°43'8" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Chambo

3.2.Distancia: 9km.

3.3.Nombre del poblado: Riobamba

3.4.Distancia: 17km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 3380msnm.

4.2.Temperatura: 2°C a 16°C.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Ubicación del atractivo: El bosque se encuentran al este de la cabecera cantonal, en la Comunidad San Pedro de LLucud, posee una extensión aproximada de 67 hectáreas dicho espacio se encuentra bajo la administración de la Asociación de Productores Agrícolas de la comunidad de San Francisco de LLucud. El bosque por encontrarse por encima de los 3000 msnm se lo puede considerar como un mirador natural donde se pueden observar los cantones, Guano y Riobamba.

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del Bosque de Neblina Montano posee diferentes especies de flora, como helechos y musgos. Además, se identificó que una parte de la flora que ahí habita son Orquídeas (Orchidaceae), siendo la más común la familia de Araceae y Bromeliaceae. En cuanto a las especies forestales observadas se determinó que la familia Melastomataceae y Araliaceae son las que prevalecen en la zona.

Con respecto a la fauna se han identificado especies de aves pertenecientes a la familia Trochillidae, accipitridae, tiranidae, mamíferos como la Raposa (*Mustela frenata*), conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*), zarigüeya (*Didelphis pernigra*), anfibios

<p><i>como la Rana Marsupial (Gastrotheca riobambae) y el cutin común (Pristimantis unistrigatus).</i></p> <p>El ingreso se lo debe hacer solicitando permiso a los representantes de la comunidad de Titaycun.</p> <p>Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos guiados, cabalgatas, fotografía del entorno.</p>
<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>5.1.Estado: Conservado.</p> <p>5.2.Causas: El atractivo como tal se encuentra conservado, esto se debe a que su acceso es limitado por la naturaleza misma y no recibe una demanda significativa, además es considerada la única zona protegida del cantón.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <p>6.1.Estado: Conservado</p> <p>6.2.Causas: La principal causa de que el entorno sea conservado es el compromiso de los miembros de la Asociación agrícola, que velan por el bienestar del área.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> <p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Lastrado, Sendero</p> <p>7.3.Estado de vías: Regular.</p> <p>7.4.Transporte: 4X4, bicicleta y caballo.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.</p>
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 9km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás. O también se puede contar con la planta turística de la ciudad de Riobamba que se ubica a 20km del atractivo.</p>
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: No existe</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: No existe.</p> <p>9.3.Alcantarillado: No existe.</p>
<p>10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS</p> <p>10.1. Nombre del atractivo: Pajonal de Titaycun</p> <p>10.2.Distance: 1,5km</p>
<p>11. DIFUSION DEL ATRACTIVO</p> <p>11.1. Difusión: Local.</p>

12. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	11
	d) Estado de Conservación y/o organización.	9
		9
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	4
		3
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	4
	d) Internacional	
	TOTAL	57

13. JERARQUIZACION**13.1. III**

- **ATRACTIVO N°6**

1. DATOS GENERALES**1.1.Encuestador:** Danny Gamboa**1.2.Evaluador:****1.3.Fecha:** 25/10/2016**1.4.Nombre del Atractivo:** Los Cubillines.**1.5.Categoría:** Sitios Naturales**1.6.Tipo:** Montaña**1.7.Subtipo:** Alta Montaña



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Zona alta del cantón

- Longitud : 78°35'47" O
- Latitud: 1°44'27" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Chambo

3.2.Distancia: 13,5km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 4360msnm

4.2.Temperatura: 2°c a 16°c.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

Los Quilimás se encuentran a 15 km al este de la cabecera cantonal y al sur oeste de los Cubillines, el ingreso tomando el camino asfaltado 18 de Marzo con dirección a Guayllabamba, hasta el desvío señalado a la izquierda con dirección a los Cubillines.

El presente atractivo se sitúa dentro de un relieve irregular, marcado principalmente por la presencia del sistema montañoso de los Cubillines, que lleva el mismo nombre del atractivo, forma parte de la cordillera oriental de los Andes. Se sitúa próximo a la zona alta del Parque nacional Sangay y su entorno es rico en agua principalmente ya que de aquí se toma el agua para abastecimiento del cantón.

La zona en la cual se ubica el atractivo es parte del Bosque montano alto con transición al paramo de pajonal el cual alberga fauna del lugar de los cuales se han identificado especies de aves pertenecientes a la familia Trochillidae, accipitridae, tiranidae, mamíferos como la Raposa (*Mustela frenata*), conejos silvestres (*Sylvilagus brasiliensis*),

zarigüeya (Didelphis pernigra), anfibios como la Rana Marsupial (Gastrotheca riobambae) y el cutin común (Pristimantis unistrigatus).

Dentro de la zona en la que se ubica el atractivo se puede realizar caminatas por senderos auto guiados, cabalgatas, andinismo, ciclismo de montaña, avistamiento de aves, fotografía del entorno.

5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

5.1.Estado: Conservado.

5.2.Causas: el atractivo como tal se encuentra conservado, esto se debe a que su acceso es limitado por la naturaleza misma.

6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO

6.1.Estado: Alterado

6.2.Causas: La principal causa de que este atractivo siendo alterado es el desarrollo y crecimiento de la frontera agrícola, como también la presencia de ganado vacuno el cual no tiene buena relación con el entorno en donde se localiza.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1.Tipo: Terrestre

7.2.Subtipo: Asfaltado, lastrado, Sendero

7.3.Estado de vías: Bueno, Regular. Bueno

7.4.Transporte: 4X4, automóvil, bicicleta y caballo.

7.5.Frecuencia: Diaria.

7.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.

8. FACILIDADES TURISTICAS

8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 13,5km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás. O también se puede contar con la planta turística de la ciudad de Riobamba que se ubica a 15km del atractivo.

9. INFRAESTRUCTURA BASICA

9.1.Agua: No existe

9.2.Energía Eléctrica: No existe.

9.3.Alcantarillado: No existe.

10. ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS

10.1. Nombre del atractivo: Los Cubillines

10.2.Distance: 2km

11. DIFUSION DEL ATRACTIVO

11.1. Difusión: Provincial.

12. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	10
	d) Estado de Conservación y/o organización.	8
		8
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	5
		3
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	57

13. JERARQUIZACION**13.1. III****MANIFESTACIONES CULTURALES:****• ATRACTIVO N°1****1. DATOS GENERALES****1.1.Encuestador:** Danny Gamboa**1.2.Evaluador:****1.3.Fecha:** 24/10/2016**1.4.Nombre del Atractivo:** Iglesia Matriz**1.5.Categoría:** Manifestación cultural**1.6.Tipo:** Históricas**1.7.Subtipo:** Arquitectura religiosa.



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Calle 18 de marzo y San Juan Evangelista.

- Latitud: 78°35'49" O

- Longitud: 1°43'5" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Riobamba

3.2.Distance: 8km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 2780 msnm

4.2.Temperatura: 2°C a 16°C.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

Este atractivo tiene lugar en la zona central de la cabecera cantonal junto al parque principal, se sitúa al ingreso de la ciudad de Chambo a la vista de quien lo visita, la forma de sus ventanales, pilares y torres son de estilo ecléctico.

Fue construida en 1930 y ocupa una superficie de 1100m².

Dentro del atractivo se puede observar esculturas religiosas, cuadros, vestimenta y ciertos bordados que son atracción para quien aprecia el arte.

En su altar central se encuentra el patrono del Cantón San Juan Evangelista.

5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

5.1.Estado: Alterado

<p>5.2.Causas: La falta de mantenimiento por parte de los responsables en el cuidado y manejo del atractivo, han generado que este pierda parte de su integridad y particularidades que lo caracterizan.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <p>6.1.Estado: Deteriorado</p> <p>6.2.Causas: La falta de mantenimiento por parte de los responsables en el cuidado y manejo del atractivo, han generado que este pierda parte de su integridad y particularidades que lo caracterizan.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> <p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Asfaltado</p> <p>7.3.Estado de vías: Bueno, Regular.</p> <p>7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.</p>
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.</p>
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: Potable.</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.</p> <p>9.3.Alcantarillado: Alcantarillado.</p>
<p>10. DIFUSION DEL ATRACTIVO</p> <p>10.1. Difusión: Local</p>

11. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	9
	d) Entorno	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	9
	c) Asociación con otros atractivos	9
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	2
	d) Internacional	
TOTAL		53

12. JERARQUIZACION

12.1. II

• **ATRACTIVO N°2****1. DATOS GENERALES****1.1.Encuestador:** Danny Gamboa**1.2.Evaluador:****1.3.Fecha:** 24/10/2016**1.4.Nombre del Atractivo:** Capilla del niño**1.5.Categoría:** Manifestación cultural**1.6.Tipo:** Históricas**1.7.Subtipo:** Arquitectura religiosa.

(Foto)

2. UBICACIÓN**2.1.Provincia:** Chimborazo**2.2.Ciudad:** Chambo**2.3.Localidad:** Calle Moisés Fierro y flor de Carmelo.

<ul style="list-style-type: none"> - Latitud: 78°35'44" O - Longitud: 1°43'43" S
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO 3.1.Nombre del poblado: Riobamba 3.2.Distancia: 8km.
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO 4.1.Altitud: 2818 msnm 4.2.Temperatura: 2°c a 16°c. 4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm. 4.4.Descripción del atractivo: <p>Este atractivo tiene lugar cerca de la zona central de la cabecera cantonal, la forma de sus ventanales, pilares y torres son de estilo ecléctico.</p> <p>Fue contraída en los años 30 y era antes de propiedad privada.</p> <p>Dentro del atractivo se puede observar esculturas religiosas y cuadros.</p> <p>Es utilizada principalmente en el mes de diciembre para las diferentes adoraciones al niño rey.</p>
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO 5.1.Estado: Alterado 5.2.Causas: La falta de mantenimiento por parte de los responsables en el cuidado y manejo del atractivo, han generado que este pierda parte de su integridad y particularidades que lo caracterizan.
6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO 6.1.Estado: Deteriorado 6.2.Causas: La falta de mantenimiento por parte de los responsables en el cuidado y manejo del atractivo, han generado que este pierda parte de su integridad y particularidades que lo caracterizan.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO 7.1.Tipo: Terrestre 7.2.Subtipo: Asfaltado 7.3.Estado de vías: Bueno, Regular. 7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta. 7.5.Frecuencia: Diaria. 7.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.
8. FACILIDADES TURISTICAS 8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.
9. INFRAESTRUCTURA BASICA

9.1.Agua: Potable.

9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.

9.3.Alcantarillado: Alcantarillado.

10. DIFUSION DEL ATRACTIVO

10.1. Difusión: Local.

10. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	e) Valor intrínseco	5
	f) Valor extrínseco	
	g) Estado de Conservación y/o organización.	7
	h) Entorno	6
		5
APOYO	d) Acceso	9
	e) Servicios	
	f) Asociación con otros atractivos	9
		1
SIGNIFICADO	e) Local	
	f) Provincial	
	g) Nacional	2
	h) Internacional	
	TOTAL	44

11. JERARQUIZACION

a. I

• ATRACTIVO N°3

1. DATOS GENERALES

1.1.Encuestador: Danny Gamboa

1.2.Evaluador:

1.3.Fecha: 24/10/2016

1.4.Nombre del Atractivo: Capilla del niño

1.5.Categoría: Manifestación cultural

1.6.Tipo: Históricas

1.7.Subtipo: Arquitectura religiosa.

(Foto)
2. UBICACIÓN 2.1.Provincia: Chimborazo 2.2.Ciudad: Chambo 2.3.Localidad: Barrio Catequilla <ul style="list-style-type: none"> - Latitud: 78°38'30" O - Longitud: 1°42'21" S
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO 3.1.Nombre del poblado: Chambo 3.2.Distance: 2,5km 3.3.Nombre del poblado: Riobamba 3.4.Distance: 10,5km.
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO 4.1.Altitud: 2897 msnm 4.2.Temperatura: 2°c a 16°c. 4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm. 4.4.Descripción del atractivo: <p>El santuario ocupa una superficie de 1700m2, construida en los años 20 se dice que antiguamente era considerado templo de adoración al sol. Su edificación está constituido por dos plantas, en la primera encontramos las catacumbas donde reposan los restos de algunas de las personas que aportaron para la construcción de este atractivo y de algunos devotos que han solicitado se les ubique aquí; en la segunda planta se ubica el santuario, lugar donde se realizan las celebraciones religiosas frente a su majestuoso altar donde se encuentra la piedra de dimensiones 2m de altura y 1.50 de ancho la imagen de la Virgen del Carmelo.</p>
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO 5.1.Estado: En proceso de deterioro 5.2.Causas: La falta de mantenimiento por parte de los responsables en el cuidado y manejo del atractivo, han generado que este pierda parte de su integridad y particularidades que lo caracterizan.
6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO 6.1.Estado: En proceso de deterioro 6.2.Causas: La falta de mantenimiento por parte de los responsables en el cuidado y manejo del atractivo, han generado que este pierda parte de su integridad y particularidades que lo caracterizan.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO 7.1.Tipo: Terrestre

7.2.Subtipo: Asfaltado 7.3.Estado de vías: Bueno, Regular. 7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta. 7.5.Frecuencia: Diaria. 7.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.																																							
8. FACILIDADES TURISTICAS 8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.																																							
9. INFRAESTRUCTURA BASICA 9.1.Agua: Potable. 9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado. 9.3.Alcantarillado: Alcantarillado.																																							
10. DIFUSION DEL ATRACTIVO 10.1. Difusión: Local.																																							
11. VALORACION DEL ATRACTIVO <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLE</th><th>FACTOR</th><th>PUNTOS</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">CALIDAD</td><td>a) Valor intrínseco</td><td>13</td></tr> <tr> <td>b) Valor extrínseco</td><td></td></tr> <tr> <td>c) Estado de Conservación y/o organización.</td><td>13</td></tr> <tr> <td>d) Entorno</td><td>6</td></tr> <tr> <td colspan="2"></td><td>7</td></tr> <tr> <td rowspan="3">APOYO</td><td>a) Acceso</td><td>10</td></tr> <tr> <td>b) Servicios</td><td></td></tr> <tr> <td>c) Asociación con otros atractivos</td><td>8</td></tr> <tr> <td colspan="2"></td><td>1</td></tr> <tr> <td rowspan="4">SIGNIFICADO</td><td>a) Local</td><td></td></tr> <tr> <td>b) Provincial</td><td></td></tr> <tr> <td>c) Nacional</td><td>7</td></tr> <tr> <td>d) Internacional</td><td></td></tr> <tr> <td colspan="2">TOTAL</td><td>65</td></tr> </tbody> </table>			VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	CALIDAD	a) Valor intrínseco	13	b) Valor extrínseco		c) Estado de Conservación y/o organización.	13	d) Entorno	6			7	APOYO	a) Acceso	10	b) Servicios		c) Asociación con otros atractivos	8			1	SIGNIFICADO	a) Local		b) Provincial		c) Nacional	7	d) Internacional		TOTAL		65
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS																																					
CALIDAD	a) Valor intrínseco	13																																					
	b) Valor extrínseco																																						
	c) Estado de Conservación y/o organización.	13																																					
	d) Entorno	6																																					
		7																																					
APOYO	a) Acceso	10																																					
	b) Servicios																																						
	c) Asociación con otros atractivos	8																																					
		1																																					
SIGNIFICADO	a) Local																																						
	b) Provincial																																						
	c) Nacional	7																																					
	d) Internacional																																						
TOTAL		65																																					
12. JERARQUIZACION 12.1. III																																							

• **ATRACTIVO N°4**

1. DATOS GENERALES

1.1.Encuestador: Danny Gamboa

1.2.Evaluador:

1.3.Fecha: 26/10/2016

1.4.Nombre del Atractivo: Elaboración artesanal de ladrillos

1.5.Categoría: Manifestación cultural

1.6.Tipo: Etnográfico.

1.7.Subtipo: Artesanías



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Barrio San Blas

- Latitud: 78°35'18" O
- Longitud: 1°44'42" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Chambo

3.2.Distance: 1,5km.

3.3.Nombre del poblado: Riobamba

3.4.Distance: 8km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 2845 msnm.

4.2.Temperatura: 2°C a 16°C.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

El atractivo es una manifestación cultural que se originó en el cantón, lleva más de 50 años su desarrollo, la mayor cantidad de ladrilleras se localizan en el sector de San Blas, la distribución y venta de sus productos se realiza en las ciudades más próximas como Riobamba, Ambato, Guaranda y en algunas ocasiones hasta Guayaquil.

<p>Cada ladrillera produce alrededor de 20.000 ladrillos mensuales, con un costo de ocho centavos por bloque. Para su elaboración se utilizan técnicas artesanales para mezclar los materiales y darles forma.</p> <p>Los materiales más importantes son: Tierra negra, la colorada, aserrín, agua, motor, horno y leña. Y herramientas como el azadón, la pala y el rastrillo.</p> <p>Su uso está dirigido netamente a la construcción en general.</p>
<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>5.1.Estado: Conservado.</p> <p>5.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición de elaboración ya que esta sigue vigente hasta la actualidad.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <p>6.1.Estado: Conservado</p> <p>6.2.Causas: El medio muestra un buen estado de conservación por parte de los propietarios de cada bien.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> <p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Asfaltado</p> <p>7.3.Estado de vías: Bueno, Regular.</p> <p>7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.</p>
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.</p>
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: Tratada</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.</p> <p>9.3.Alcantarillado: Pozo séptico.</p>
<p>10. DIFUSION DEL ATRACTIVO</p> <p>10.1. Difusión: Nacional.</p>

11. VALORACION DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	13
	a) Valor extrínseco	
	b) Estado de Conservación y/o organización.	10
	c) Entorno	8
APOYO		9
	a) Acceso	
	b) Servicios	
SIGNIFICADO	c) Asociación con otros atractivos	5
		1
	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	62
12. JERARQUIZACION		
12.1. III		

• **ATRACTIVO N°5**

<p>1. DATOS GENERALES</p> <p>1.1.Encuestador: Danny Gamboa</p> <p>1.2.Evaluador:</p> <p>1.3.Fecha: 26/10/2016</p> <p>1.4.Nombre del Atractivo: Jubileo de las 40 horas</p> <p>1.5.Categoría: Manifestación cultural</p> <p>1.6.Tipo: Etnográfico.</p> <p>1.7.Subtipo: Manifestaciones religiosas, tradicionales y creencias populares</p> <p>(Foto)</p>
<p>2. UBICACIÓN</p> <p>a. Provincia: Chimborazo</p> <p>b. Ciudad: Chambo</p> <p>c. Localidad: Barrio San Juan</p> <p>- Latitud: 78°35'36" O</p>

- Longitud: 1°44'05" S
2. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO
2.1.Nombre del poblado: Chambo
2.2.Distancia: 1km.
3. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO
3.1.Altitud: 2766 msnm
3.2.Temperatura: 2°c a 16°c.
3.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.
3.4.Descripción del atractivo: <p>El atractivo es la manifestación de devoción o fe que los habitantes del cantón muestran en símbolo de la adoración al Santísimo, esto lo realizan por un periodo de cuatro días, de los cuales dedican diez horas diarias a la manifestación de fe, así cumpliendo las 40 horas, en estos días se celebra la Santa Misa y por la noche el sacerdote imparte la Bendición, todo esto en la capilla de San Juan Evangelista ubicada en el barrio con el mismo nombre.</p> <p>Esta manifestación se la realiza una vez dada por terminada la celebración del carnaval.</p>
4. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO
4.1.Estado: Conservado.
4.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de las generaciones actuales promover la fe y el respeto a sus tradiciones y costumbres.
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO
5.1.Estado: Conservado
5.2.Causas: El medio muestra un buen estado de conservación por el continuo cuidado y mantenimiento a la zona en donde se realiza esta actividad.
6. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO
6.1.Tipo: Terrestre
6.2.Subtipo: Asfaltado
6.3.Estado de vías: Bueno, Regular.
6.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta.
6.5.Frecuencia: Diaria.
6.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.
7. FACILIDADES TURISTICAS
7.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.
8. INFRAESTRUCTURA BASICA
8.1.Agua: Potable.
8.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.

8.3.Alcantarillado: Alcantarillado.

9. DIFUSION DEL ATRACTIVO

9.1.Difusión: Nacional.

10. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	10
	d) Entorno	8
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	8
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	62

11. JERARQUIZACION

11.1. II

• **ATRACTIVO N°6**

1. DATOS GENERALES

1.1.Encuestador: Danny Gamboa

1.2.Evaluador:

1.3.Fecha: 25/10/2016

1.4.Nombre del Atractivo: Leyenda de la laguna de Rocón

1.5.Categoría: Manifestación cultural

1.6.Tipo: Etnográfico.

1.7.Subtipo: Manifestaciones religiosas, tradicionales y creencias populares



3. UBICACIÓN

- a. **Provincia:** Chimborazo
- b. **Ciudad:** Chambo
- c. **Localidad:** Comunidad de Guaractus
- Latitud: 78°34'29" O
- Longitud: 1°45'03" S

2. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

2.1.Nombre del poblado: Chambo

2.2.Distancia: 6,5km.

3. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

3.1.Altitud: 3110 msnm

3.2.Temperatura: 2°c a 16°c.

3.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

3.4.Descripción del atractivo:

La leyenda narra que antiguamente las lagunas no existían, no fue hasta un accidente geográfico que ocasiono esta peculiar formación. Cuentan que una parte de la montaña cedió, enterrando un área que los habitantes de la zona ocupaban para preparar sus alimentos, aquí se ubicaba una paila muy grande en la que preparaban el alimento para todos.

Este accidente natural enterró consigo esta paila, generando preocupación en los moradores que al percatarse de esto intentaron sacar la paila pero se percataron que esta comenzaba a llenarse de agua, imposibilitando la acción, esto siguió hasta que se cubrió en su totalidad de agua hasta dar forma a la laguna que hoy se la conoce.

4. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

4.1.Estado: Conservado.

4.2.Cusas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de las generaciones actuales promover la fe y el respeto a sus tradiciones y costumbres.

5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO

5.1.Estado: En proceso de deterioro

5.2.Causas: La situación actual de la laguna afecta a su entorno.

6. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

6.1.Tipo: Terrestre

6.2.Subtipo: Asfaltado y Lastrado

6.3.Estado de vías: El asfalto es bueno en sus 4,5km y el lastrado es regular en sus 2km.

6.4.Transporte: Automóvil, 4X4, bicicleta y caballo.

6.5.Frecuencia: Diaria.

6.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.

7. FACILIDADES TURISTICAS

7.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.

8. INFRAESTRUCTURA BASICA

8.1.Agua: No existe

8.2.Energía Eléctrica: No existe.

8.3.Alcantarillado: No existe.

9. DIFUSION DEL ATRACTIVO

9.1.Difusión: local

10. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	7
	d) Entorno	7
		6
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	5
		4
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	2
	d) Internacional	
	TOTAL	47

11. JERARQUIZACION

11.1. I

• **ATRACTIVO N°7**

<p>1. DATOS GENERALES</p> <p>1.1.Encuestador: Danny Gamboa</p> <p>1.2.Evaluador:</p> <p>1.3.Fecha: 26/10/2016</p> <p>1.4.Nombre del Atractivo: Leyenda del Duende de la Chorrera</p> <p>1.5.Categoría: Manifestación cultural</p> <p>1.6.Tipo: Etnográfico.</p> <p>1.7.Subtipo: Manifestaciones religiosas, tradicionales y creencias populares</p> <p>(Foto)</p>
<p>2. UBICACIÓN</p> <p>a. Provincia: Chimborazo</p> <p>b. Ciudad: Chambo</p> <p>c. Localidad: Comunidad de Guayllabamba</p> <p>- Latitud: 78°34'29" O</p> <p>- Longitud: 1°45'03" S</p>
<p>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</p> <p>4.1.Nombre del poblado: Chambo</p> <p>4.2.Distancia: 3,8km.</p>
<p>4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO</p> <p>4.1.Altitud: 2980 msnm</p> <p>4.2.Temperatura: 2°c a 16°c.</p> <p>4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.</p> <p>4.4.Descripción del atractivo:</p> <p>La leyenda narra que antiguamente existía una chorrera que salida de la quebrada de Guayllabamba, la cual era de uso para los moradores de la zona, quiñes solían caminar hasta este lugar para abastecerse del líquido vital, cuentan, que un día una joven muy atractiva de cabello negro largo, ojos resplandecientes fue a conseguir agua y de repente se le apareció un hombre de baja estatura, pequeñas botas y un sombrero largo, el cual se presume encanto a la muchacha y desde ese momento no se le volvió a ver. Dicen que en ocasiones cuando la chorrera se activa y emana agua, se ve salir de su interior a la chica en Campania de este sujeto y dos niños.</p>
<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>5.1.Estado: Conservado.</p> <p>5.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de las generaciones actuales promover la fe y el respeto a sus tradiciones y costumbres.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p>

6.1.Estado: En proceso de deterioro 6.2.Causas: La situación actual de la laguna afecta a su entorno.																																					
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO 7.1.Tipo: Terrestre 7.2.Subtipo: Asfaltado y Lastrado 7.3.Estado de vías: Bueno. 7.4.Transporte: Automóvil, 4X4, bicicleta y caballo. 7.5.Frecuencia: Diaria. 7.6.Temporalidad de acceso: Época menos lluviosa.																																					
8. FACILIDADES TURISTICAS 8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.																																					
9. INFRAESTRUCTURA BASICA 9.1.Agua: No existe 9.2.Energía Eléctrica: No existe. 9.3.Alcantarillado: No existe.																																					
10. DIFUSION DEL ATRACTIVO 10.1. Difusión: local																																					
11. VALORACION DEL ATRACTIVO <table border="1"> <thead> <tr> <th>VARIABLE</th> <th>FACTOR</th> <th>PUNTOS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">CALIDAD</td> <td>a) Valor intrínseco</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>b) Valor extrínseco</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Estado de Conservación y/o organización.</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>d) Entorno</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">APOYO</td> <td>a) Acceso</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>b) Servicios</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Asociación con otros atractivos</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">SIGNIFICADO</td> <td>a) Local</td> <td></td> </tr> <tr> <td>b) Provincial</td> <td></td> </tr> <tr> <td>c) Nacional</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>d) Internacional</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>TOTAL</td> <td>33</td> </tr> </tbody> </table>			VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	CALIDAD	a) Valor intrínseco	8	b) Valor extrínseco		c) Estado de Conservación y/o organización.	6	d) Entorno	5		4	APOYO	a) Acceso	4	b) Servicios		c) Asociación con otros atractivos	5		1	SIGNIFICADO	a) Local		b) Provincial		c) Nacional	2	d) Internacional			TOTAL	33
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS																																			
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8																																			
	b) Valor extrínseco																																				
	c) Estado de Conservación y/o organización.	6																																			
	d) Entorno	5																																			
		4																																			
APOYO	a) Acceso	4																																			
	b) Servicios																																				
	c) Asociación con otros atractivos	5																																			
		1																																			
SIGNIFICADO	a) Local																																				
	b) Provincial																																				
	c) Nacional	2																																			
	d) Internacional																																				
	TOTAL	33																																			
12. JERARQUIZACION 12.1. I																																					

• **ATRACTIVO N°8**

1. DATOS GENERALES

1.1.Encuestador: Danny Gamboa

1.2.Evaluador:

1.3.Fecha: 27/10/2016

1.4.Nombre del Atractivo: La fiesta de los diablitos.

1.5.Categoría: Manifestación cultural

1.6.Tipo: Acontecimiento programado

1.7.Subtipo: Fiestas



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Sector Barrio San Juan

- Latitud: 78°35'32" O

- Longitud: 1°44'05" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Chambo

3.2.Distance: 1.5km.

3.3.Nombre del poblado: Riobamba

3.4.Distance: 8.5km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 2766 msnm

4.2.Temperatura: 2°c a 16°c.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Ubicación del atractivo: Este atractivo tiene lugar en la cabecera cantonal, por las proximidades al barrio San Juan.

4.5.Descripción del atractivo:

Desde el siglo anterior, se viene recordando con mucha fe a San Juan Evangelista patrono del cantón, la fecha del evento son los días 26 y 27 de diciembre, se lo realiza

acompañado de la banda de pueblo y danzas, combinado con el infaltable sonido del pingullo y el tambor. Los disfraces que representan de manera satírica la presencia de los diablos (Colonia española)
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO 5.1.Estado: Conservado. 5.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de los priostes cada año prepararla y fomentarla.
6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO 6.1.Estado: Alterado 6.2.Causas: El medio muestra una alteración por la falta de mantenimiento a la zona en donde se realiza esta actividad.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO 7.1.Tipo: Terrestre 7.2.Subtipo: Asfaltado 7.3.Estado de vías: Bueno 7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta. 7.5.Frecuencia: Diaria. 7.6.Temporalidad de acceso: Todo el año.
8. FACILIDADES TURISTICAS 8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1,5km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.
9. INFRAESTRUCTURA BASICA 9.1.Agua: Potable. 9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado. 9.3.Alcantarillado: Alcantarillado.
10. DIFUSION DEL ATRACTIVO 10.1. Difusión: Nacional

11. VALORACION DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	14
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	14
	d) Entorno	8
		8
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	9
		1
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	70
12. JERARQUIZACION		
12.1. III		

• **ATRACTIVO N°9**

<p>1. DATOS GENERALES</p> <p>1.1.Encuestador: Danny Gamboa</p> <p>1.2.Evaluador:</p> <p>1.3.Fecha: 27/10/2016</p> <p>1.4.Nombre del Atractivo: Devoción de la Santa Cruz.</p> <p>1.5.Categoría: Manifestación cultural</p> <p>1.6.Tipo: Etnográfico.</p> <p>1.7.Subtipo: Manifestaciones religiosas, tradicionales y creencias populares</p> <p>(Foto)</p>
<p>2. UBICACIÓN</p> <p>2.1.Provincia: Chimborazo</p> <p>2.2.Ciudad: Chambo</p> <p>2.3.Localidad: Sector Parroquia La Matriz.</p> <p>- Latitud: 78°35'49" O</p>

- Longitud: 1°43'51" S
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO 3.1.Nombre del poblado: Riobamba 3.2.Distance: 8km.
4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO 4.1.Altitud: 2780 msnm 4.2.Temperatura: 2°c a 16°c. 4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm. 4.4.Descripción del atractivo: Este atractivo tiene lugar en doce puntos del cantón, debido a que su recorrido lo demanda, es la manifestación de devoción que los habitantes del cantón muestran, recorriendo las doce cruces, realizando un “Viacrucis” con la finalidad de honrar la Pasión de Cristo. Los doce puntos por donde se realiza el recorrido son: la cruz de Cruz loma, Barrió el Carmen, Barrió la Dolorosa, Llio cuatro esquinas, Loma del Barrio San Juan, Barrió Quintus, Final del Barrio San Juan, Barrió El Rosario, Chugllin, Esquina Sra. Bodero, Ulpan al bajar a la quebrada, Guayllabamba.
5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO 5.1.Estado: Conservado. 5.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de las generaciones actuales promover la fe y el respeto a sus tradiciones y costumbres.
6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO 6.1.Estado: Alterado 6.2.Causas: Las nuevas generaciones no le prestan mucha atención a esta celebración y no existe contribución por parte de la población para mantener el recorrido.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO 7.1.Tipo: Terrestre 7.2.Subtipo: Asfaltado 7.3.Estado de vías: Bueno. 7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta. 7.5.Frecuencia: Diaria. 7.6.Temporalidad de acceso: Semana Santa
8. FACILIDADES TURISTICAS 8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.
9. INFRAESTRUCTURA BASICA 9.1.Agua: Potable. 9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado. 9.3.Alcantarillado: Alcantarillado.
10. DIFUSION DEL ATRACTIVO

10.1. Difusión: Local		
11. VALORACION DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	10
	d) Entorno	6
		5
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	8
		1
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	2
	d) Internacional	
	TOTAL	50
12. JERARQUIZACION		
12.1. II		

• **ATRACTIVO N°10**

1. DATOS GENERALES 1.1.Encuestador: Danny Gamboa 1.2.Evaluador: 1.3.Fecha: 27/10/2016 1.4.Nombre del Atractivo: Gastronomía Chambeña 1.5.Categoría: Manifestación cultural 1.6.Tipo: Acontecimientos Programados 1.7.Subtipo: Gastronomía
--



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Sector Parroquia La Matriz y zonas rurales.

- Latitud: 78°35'49" O

- Longitud: 1°43'51" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Riobamba

3.2.Distance: 8km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 2780 msnm

4.2.Temperatura: 2°C a 16°C.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

Este atractivo tiene lugar en la zona urbana y rural del cantón, este se caracteriza por usar productos que son propios de la zona, eso con la finalidad de asegurar su procedencia y por ende su calidad.

La presentación de los platos difiere de quien los prepare eso sí, conservando la receta original.

Las especialidades gastronómicas que en el cantón se pueden encontrar son: Ceviche de chochos con fritada, papas con cuy, chicha de jora, fritada, caldo de 31, caldo de gallina criolla, trucha frita, jugo de mora silvestre.

5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO

5.1.Estado: Conservado.

5.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de las generaciones actuales promover la fe y el respeto a sus tradiciones y costumbres.

6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO

6.1.Estado: Conservado

6.2.Causas: Los locales mantienen en orden su área y con los requerimientos necesarios aprobados por el ministerio de salud.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO**7.1.Tipo:** Terrestre**7.2.Subtipo:** Asfaltado**7.3.Estado de vías:** Bueno.**7.4.Transporte:** Bus, automóvil, bicicleta.**7.5.Frecuencia:** Diaria.**7.6.Temporalidad de acceso:** Semana Santa**8. FACILIDADES TURISTICAS****8.1.Planta turística del sector:** En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.**9. INFRAESTRUCTURA BASICA****9.1.Agua:** Potable.**9.2.Energía Eléctrica:** Sistema Interconectado.**9.3.Alcantarillado:** Alcantarillado.**10. DIFUSION DEL ATRACTIVO****10.1. Difusión:** Nacional**11. VLORACION DEL ATRACTIVO**

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	11
	d) Entorno	7
		7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	9
		4
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	65

12. JERARQUIZACION**12.1. III**

• **ATRACTIVO N°11**

1. DATOS GENERALES

1.1.Encuestador: Danny Gamboa

1.2.Evaluador:

1.3.Fecha: 27/10/2016

1.4.Nombre del Atractivo: Producción Agropecuaria

1.5.Categoría: Manifestación cultural

1.6.Tipo: Realizaciones técnicas y científicas

1.7.Subtipo: Explotaciones agropecuarias



2. UBICACIÓN

2.1.Provincia: Chimborazo

2.2.Ciudad: Chambo

2.3.Localidad: Sector Parroquia La Matriz y zonas rurales.

- Latitud: 78°35'49" O

- Longitud: 1°43'51" S

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

3.1.Nombre del poblado: Riobamba

3.2.Distance: 8km.

4. CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

4.1.Altitud: 2780 msnm

4.2.Temperatura: 2°C a 16°C.

4.3.Precipitación Pluviométrica: 1000mm.

4.4.Descripción del atractivo:

Este atractivo tiene lugar en la zona urbana y rural del cantón, se caracteriza por ser parte de una de las 4 actividades económicas del cantón y la más importante ya que genera cerca de 2366 toneladas métricas de producción agrícola anual y cerca de 33310 litros de leche por día.

Abarca un área aproximada de 616 hectáreas en todo el cantón, la cual es muy aprovechada debido a su gran cantidad de componentes del suelo, los cuales generan variedad de productos típicos de los andes.

<p>Dentro de los principales productos que encontramos son: maíz, choclo, brócoli, col, coliflor, lechuga, zanahoria, papa, remolacha, cilantro, rábano y haba.</p> <p>La actividad pecuaria se caracteriza por la producción de derivados de la leche y la comercialización de carne en menor proporción.</p>
<p>5. ESTADO DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO</p> <p>5.1.Estado: Conservado.</p> <p>5.2.Causas: El atractivo muestra una conservación razonable de su tradición ya que esta sigue vigente hasta la actualidad y es prioridad de las generaciones actuales promover la fe y el respeto a sus tradiciones y costumbres.</p>
<p>6. ESTADO DE CONSERVACION DEL ENTORNO</p> <p>6.1.Estado: Conservado</p> <p>6.2.Causas: Los locales mantienen en orden su área y con los requerimientos necesarios aprobados por el ministerio de salud.</p>
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p> <p>7.1.Tipo: Terrestre</p> <p>7.2.Subtipo: Asfaltado</p> <p>7.3.Estado de vías: Bueno.</p> <p>7.4.Transporte: Bus, automóvil, bicicleta.</p> <p>7.5.Frecuencia: Diaria.</p> <p>7.6.Temporalidad de acceso: Semana Santa</p>
<p>8. FACILIDADES TURISTICAS</p> <p>8.1.Planta turística del sector: En el sector no se reporta una planta turística completa, lo más cercano está en la cabecera cantonal a 1km, hosterías como El Vergel, San Nicolás, La pampa y otros, que brindan hospedaje, alimentación y demás.</p>
<p>9. INFRAESTRUCTURA BASICA</p> <p>9.1.Agua: Potable.</p> <p>9.2.Energía Eléctrica: Sistema Interconectado.</p> <p>9.3.Alcantarillado: Alcantarillado.</p>
<p>10. DIFUSION DEL ATRACTIVO</p> <p>10.1. Difusión: Nacional</p>

11. VALORACION DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	
	c) Estado de Conservación y/o organización.	13
	d) Entorno	7
		7
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	6
		4
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	7
	d) Internacional	
	TOTAL	64

12. JERARQUIZACION

12.1. III